

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ

KOLEKCE ODĚVNÍCH DOPLŇKŮ - KABELEK

**THE COLLECTION OF DRESS
ACCESSORIES – PURSE BAGS**

LIBEREC 2009

KLÁRA POSTLEROVÁ

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé diplomové bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědoma toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

V Liberci, dne 29.5. 2009

.....

Podpis

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala své vedoucí bakalářské práce, paní Mgr. Daně Pejchalové, za podporu, čas a rady, které mi během našich konzultací věnovala. Děkuji paní Ing. Janě Částkové za poskytnutí informací a rad z hlediska módních trendů. Velmi také děkuji panu Michalu Urbanovi, který mi poskytl rady ze svých praktických zkušeností.

Anotace

Tato bakalářská práce se nazývá **Kolekce dámských doplňků – kabelek**. Popisuje význam a druhy doplňků, blíže pak kabelek. Zabývá se především jejich historií a vývojem. Zkoumá kritéria žen i mužů při jejich výběru, módní trendy, druhy kabelek a tašek, a pro jaké příležitosti a účely jsou kabelky určeny. V práci je také věnována část historii a původu společností, které se výrobou kabelek zabývají.

Praktickou částí bakalářské práce je grafické zpracování módních trendů pro nadcházející sezónu. A dále pak jejich uplatnění při tvorbě návrhů kabelek, které jsou také graficky zpracovány. Tyto návrhy pak posloužily i k tvorbě propagačního materiálu.

Annotation

This bachelor work is called **The Collection of Dress Accessories – Purse Bags**. It describes sense and kinds of accessories, in a detail, it describes purse bags. It is concerned with the history of handbags and their progress. It also studies conditions, important for choosing and buying purse bags, fashion trends, what kinds of handbags exist and their purpose. Also there is a part, which is dedicated to history of companies, conversant of handbag's production.

Practical part of my bachelor work is graphic process of fashion trends for the next season. And then, use of fashion trends for making a graphic designs of purse bags. These designs were also used for advertising material.

Klíčová slova

Oděvní doplňky, kabelka, materiál, tvary, barvy.

Key words

Dress accessories, purse bags, material, shapes, colors.

Obsah

Úvod.....	9
1 Doplňky	10
1.1 Druhy oděvních doplňků.....	11
2 Kabelky, kufry, tašky	17
2.1 Historie.....	17
2.2 Kabelka dnes	23
2.2.1 Spotřebitelské nároky	23
2.3 Rozdělení.....	24
2.3.1 Ikona versus fashion	26
2.3.2 Ikonické kabelky a jejich původ.....	27
2.4 Situace na dnešním trhu	36
2.4.1 Společnosti	37
2.4.2 Solární kabelka	38
2.5 Muži a tašky	39
3 Barvy	41
3.1 Symbolika a vnímání jednotlivých barev.....	41
4 Inspirace	46
4.1 ZEN – hojnost	46
4.2 Bitter Tenderness - Trpká něžnost	47
4.3 Slow Precipitation - Mírné ukvapení	47
4.4 Sober Energy - Klidná energie	48
5 Praktická část.....	49
5.1 Inspirační koláže	49

5.2	Tvarování a realizace kolekcí.....	49
5.2.1	Tvarování kolekcí.....	50
5.2.2	Popis kabelek.....	51
5.3	Propagace	53
6	Závěr.....	54
	Seznam použité literatury	55
	Zdroje použitých obrázků	57
	Přílohy.....	59

Úvod

Kabelka. Oděvní doplněk, který je používán v naší civilizaci po mnoha staletí. Vždy byl sice využíván v jiné a odlišné formě, ale stále tu byl, je a bude. Během zpracování mé bakalářské práce jsem se nechala inspirovat jak pohledem do historie, tak i úvahou nad tím, či je kabelka pro ženy dnes.

Cílem této práce je seznámení se s historickými fakty, které jsou doplněny mnoha zajímavostmi, spojenými s vývojem kabelek a vytvoření virtuální kolekce oděvních doplňků – kabelek tak, aby byly zároveň vhodné k následné propagaci.

V teoretické části jsem se snažila poohlédnout na význam a na různé druhy doplňků, především potom kabelek a tašek, které se objevovaly v průběhu několika historických období. Je zde patrný rozdíl mezi jednotlivými obdobími, kdy se, například, z obyčejného váčku z kůže nebo listů, stal jeden z největších módních fenoménů. Zajímavé je i pozorovat to, jak se během let změnil obsah těchto váčků a dnešních kabelek. Následně jsou zde i uvedeny a specifikovány různé skupiny kabelek, ať už z hlediska účelu, či ve spojení se jmény světových módních společností.

Praktická část se věnuje designu. Záměrem bylo vytvoření virtuální kolekce dámských kabelek na základě módních trendů pro jaro/léto 2010. Inspirací mi zde byly právě poskytnuté informace, které jsem následně graficky zpracovala a vytvořila inspirační koláže. Na základě těchto koláží jsem poté vytvořila už samotné návrhy. Kabelky jsou navrženy tak, aby vyhovovaly nárokům dnešních žen, a zároveň měly příjemný a jednoduchý design, který by byl vhodný pro jakoukoli příležitost. Tyto návrhy, spolu se dvěma inspiračními kolážemi, byly posléze použity jako motivy při zpracování propagačního materiálu. Konečná podoba propagačního prospektu odráží v podstatě celou finální práci v praktické části.

1 Doplnky

Doplněk. Slovo, které je odvozeno z latinského slova *accessio*. Je překládáno jako dodatek, či přídavek, něco co se přidává k určitému celku. Je známo, jak moc jsou pro ženy i muže doplňky důležité.

Na první pohled by se mohlo zdát, že je doplněk něčím druhořadým, něčím, bez čeho se dá ve skutečnosti obejít. Opak je však pravdou. Současné doplňky přitahují dnešní ženy i muže. Jde především o kabelky a boty, na které je dnes kladena mnohem větší pozornost. Oděvní či módní doplňky dávají neuvěřitelnou možnost experimentovat s naším zevnějškem. Dokáží dodat jakémukoli modelu výjimečnost a jedinečnost. Vykouzlit něco naprosto nového. I starší šaty mohou vypadat úplně jako nové, pokud k nim zvolíme ty správné doplňky. Stejně tak, jako doplněk dokáže vykouzlit zázraky, dokáže jeho nešťastná volba celkový dojem absolutně zkazit. To ale jistě platí v každém módním odvětví.

Postupně ženy začaly klást mnohem větší důraz na to, jak a jaké oděvní doplňky spolu vzájemně kombinovat. Začaly se zajímat o to, jaké doplňky se hodí na tu, či onu příležitost. Dnešní pravidla nejsou zdaleka tak přísná. Každý si vybírá doplňky dle vlastního vkusu, společenského postavení, podle praktičnosti, ale hlavně podle druhu příležitosti. Někdo dává přednost nadčasovému designu, výtvarnému a řemeslnému zpracování, nápadu. Někdo se řídí otázkou ceny, módního trendu. Jiné doplňky si vybíráme, pokud se chystáme ve všední den do zaměstnání, večer se pobavit s přáteli, či se chystáme na slavnostní příležitost. Významnou roli tu hraje ale i otázka financí.

Každé historické období s sebou neslo určitý druh oděvního doplňku, bez kterého by si život lidé nedokázali představit. Naprosto běžným doplňkem byl po mnoha staletí například slunečník, či klobouk. Ještě na začátku 20. století by žena nevyšla na veřejnost, aniž by nebyla dokonale upravená. Což v té době znamenalo mít dokonale sladěné právě tyto druhy doplňků společně s kabelkou a botami. Vše muselo být podrobeno přísným pravidlům. Dáma by se bez těchto doplňků cítila neupravená a nesvá.

Doplňky jako deštník, slunečník, klobouk či rukavice byly původně určeny na obranu proti nepříznivým vlivy počasí. Až postupem času začali lidé přemýšlet o těchto doplňcích, ne jako o součásti šatníku plnící svůj účel, ale jako o módním doplňku. Díky vývoji se staly neoddělitelnou součástí každodenního života.

[5] [7]

1.1 Druhy oděvních doplňků

„Nezáleží na tom, co máte na sobě – Když máte dobře vyhlížející boty a kabelku, vypadáte zkrátka dobře“, Tamara Mellon, prezidentka a zakladatelka společnosti Jimmy Choo.

Klobouk a čepice

Vychází z tureckého základu *kalpak*, což byla původně pokrývka hlavy, pocházející z Turecka. Jak bylo již zmíněno, spousta dnešních doplňků sloužila dříve jako ochrana před přírodními vlivy. Je tomu, v mnoha případech, i dnes, kdy nás před nepříjemným počasím chrání několik druhů pokrývek hlavy, jako například zimní pletené čepice (čapka, z latinského slova *cappa*). Klobouk toho býval jasným příkladem. Lidé se jím chránili před větrem, zimou, sluncem i pískem. Jeho tvar a vývoj byl závislý na ročním období i zeměpisné poloze. V současnosti, jak u dam, tak u pánů, nemá klobouk takový význam, jako mívával v minulých letech.

Hlavní období zlomu byla 60. léta 20. století. Klobouk se v té době zcela vytratil. Bylo to dáno okolnostmi poválečné doby a začátkem mnohem rychlejšího způsobu života, do kterého se móda klobouků příliš nehodila. Dnes už je hlavně výsadou aristokracie a lidí z vyšších společenských vrstev. V některých zemích ho dámy také s oblibou oblékají při návštěvách koňských dostihů. Stále jsou ale ženy, které jsou módě klobouků věrné.

V současné době klobouky nahradily zejména kšiltovky, které se z tenisových kurtů a baseballových hřišť přemístily do ulic každodenního života, a dá se říci, že jsou momentálně nejrozšířenější módní pokrývkou hlavy. Existuje nepřehledné množství druhů, barev a především značek. Staly se velmi uznávaným módním doplňkem, pod kterým se nebály podepsat i ty největší módní značky světa.

[3] [5] [7]

Obuv

Jeden z nejdůležitějších módních doplňků. Říká se, že podle obuvi se pozná i její majitel. Jisté je, že spousta lidí tomu věří a dá na celkový dojem, ke kterému patří upravené boty. Ve starověkém Římě obuté nohy označovaly svobodného člověka. Dříve také věřili v kouzlo bot. Byly považovány za jakýsi amulet, který má chránit před ďáblem. Dnes tomu tak už pochopitelně není. Je to spíše jakási posedlost po nových a krásných botách, kterou trpí většinou ženy, ale v dnešní době i muži.

Při výběru obuvi, stejně tak jako u jiných doplňků, je důležité vědět, k jakému účelu boty slouží. Ať už jsou to boty společenské, vycházkové, sportovní, pro běžné denní nošení či boty domácí.

Ve 20. a 30. letech 20. století, kdy se móda začala velmi uvolňovat, se staly velmi módní dvoubarevné boty, které byly od roku 1957 hlavní poznávacím znamením značky Chanel. V 80. letech to byly zase jezdecké kotníčkové boty, a v současnosti to jsou hlavně různé druhy šněrovacích a nazouvacích polobotek či mokasín, jejichž původ spadá až na počátek 20. století. Nyní již většina žen, i mužů, vyhledává především pohodlí. Je to hlavně z důvodu velkého pracovního tempa. V případě mladé generace jsou nejvíce populární sportovní boty mnoha světových sportovních značek. Zde jako první zaznamenala obrovský úspěch společnost Converse, která už v roce 1917 uvedla na trh slavné „All Star“, které jsou dnešně snad nejpopulárnější sportovní obuví.

Nejvlivnějšími osobnostmi světového špičkového obuvnictví jsou jména jako Manolo Blahnik, Jimmy Choo, Salvatore Ferragamo, který obouval i slavnou Audrey Hepburn a jeho baleríny se staly nesmrtelnými. V neposlední řadě to je i Christian

Louboutin. Z českých obuvnických značek je nejznámější společnost Baťa, která má v České republice velkou tradici. Byla založena panem Tomášem Baťou v roce 1984, a postupně se stala jednou z nejznámějších českých obuvnických značek, která má v současnosti své pobočky nejen po celé České republice, ale i po celém světě.

[2] [5] [7]

Šperky

Šperky neboli klenoty, jsou definovány jako náročná umělecká díla, která jsou vyrobena většinou z drahokamů a drahých kamenů. Zatímco bižuterie je samostatný šperkařský obor, který se ale klenotům často vyrovnává nejen svou krásou a uměleckým zpracováním, ale mimo jiné i cenou.

Touha po zkrášlování je známá po celá tisíciletí. Nejznámějším počátkem kultury zdobení lidského těla je pro nás Egypt. Už tenkrát se lidé velmi rádi zkrášlovali zlatými šperky a klenoty. V dnešním moderním světě se už tolik nedbá na to, zdali máme na sobě ozdoby z drahých kovů, či bižuterii. Důležité je, zdali ten svůj šperk dokážeme náležitě nosit, ať už se jedná o náušnice, náhrdelník, náramek, prsten či brož.

Ani zastaralá pravidla z dávných dob dnes už nejsou aktuální. Dříve byly šperky předepisovány ke každé situaci, ať už to byly pohřby, svatby, plesy, či jiné příležitosti. Velkým zlomem byla 20. léta 20. století, kdy madame *Coco Chanel* objevila kouzlo bižuterie. Bižuterie zaplavila obchody, a každá dáma chtěla mít alespoň jeden kousek z dílny *Chanel*. Také zásada, že se nesmí stříbro a zlato nikdy kombinovat, je už dávno pasé. Je už jen na každé ženě, jestli zvolí bižuterii, či pravý klenot, který pro ni může mít mnohem větší hodnotu, než tu materiální.

[2] [3] [5] [7]

Náramkové hodinky

Pro některé z nás naprosto nepostradatelný pomocník v každodenním životě. Jsou považovány nejen za měřič času, ale také za jakýsi šperk. První náramkové hodinky byly vytvořeny hodinářstvím *Patek Phillipe* v roce 1868 a v roce 1904 *Cartier* představil světu model hodinek *Santos – Dumont*, který se dodnes drží na špici nejslavnějších hodinek světa.

Hodinkám se i dnes přikládá velký význam. Mnohdy se neobáváme utratit za ně i větší částku. Nejdůležitější je pro nás kvalita. Je tu rozdíl mezi muži a ženami. U mužů jsou hodinky často jen jedním šperkem, či doplňkem, proto na jeho kvalitu, ale i estetickou stránku kladou velký důraz. U žen jde spíše o stránku estetickou. Ženy mnohem více dbají na to, aby se jejich doplněk, v podobě náramkových hodinek, hodil k více druhům oblečení. Naštěstí hodinářské společnosti na tento fakt berou ohled. Proto existují hodinky, které mají klidně dva či tři výměnné pásky. První dámské hodinky se začaly nosit ve 20. letech 20. století, kdy se rytmus všedního dne náhle velmi zrychlil. Od této doby, byly dámské hodinky inspirovány pánskými. Jen se lehce zmenšily a vtiskl se jim trochu ženštější nádech.

[5] [7]

Kabelky, tašky, kufry, batohy

Těmto doplňkům je věnována celá následující kapitola.

Dioptrické brýle

První známky ani ne tak o brýlích, jako spíše o nejstarších čočkách, byly nalezeny ve zříceninách antického Ninive. Asi roku 1000 našeho letopočtu byl vynalezen tvz. čtecí kámen. Pro nás dnes známý jako lupa. Vynález brýlí se datuje mezi roky 1268 až 1289, kdy byly čočky vloženy mezi jakési obroučky. Po dalších 350 let se ale řešil problém, jak dostat ony brýle na obličej, aby nepadaly. Po několika nepříliš vydařených experimentech, kdy lidé používaly různé stužky, které si zavazovali za uši, teprve až po

17. století přišel britský optik Edward Scarlett s neohebnými postraními částmi, které samy za ušima držely. Díky tomuto vynálezu se tak brýle začaly šířit po celé Evropě.

V 18. století se objevil tzv. monokl, který byl využíván hlavně muži. Dámy využívaly tzv. lorňon, což byly dvě skla na rukojeti, často velmi umělecky zpracována. Lorňon byl ve své době velmi důležitým módním doplňkem. Ve 20. století brýle začaly podléhat módě. Na počátku, byly k dostání jen brýle s kostěnými obroučky. Ve 30. letech byl výběr brýlí už mnohem větší, ale i tak jejich vzhled nebyl příliš lichotivý.

Design brýlí je později patrný z jednotlivých módních trendů. Populární kulaté „lenonky“, či brýle, přes které nebyl vidět téměř obličej. V současné době brýle splňují jak požadavky estetické, tak i zdravotní. A muži ani ženy, se dnes už nemusí stydět své brýle odkládat do šuplíku, jako to mu bylo ještě o pár desítek let dříve.

[5] [7] [14]

Sluneční brýle

Už císař Nero při sledování zápasů gladiátorů používal zelený smaragd, který díky své barvě filtroval zelené paprsky. Tónování skel se ale rozšířilo až v 19. století. Nikdo tehdy ale nepovažoval dobové lorňony či okuláry za nějak zvlášť krásný módní doplněk. Ve 20. letech 20. století se velmi rozšířil sport, a vůbec plážový život a opálení se začaly stávat součástí aktivního života a jistého druhu image. Tehdy se sluneční brýle začaly dostávat do bližšího povědomí lidí. Trvalo ale ještě dlouhou dobu, než si našly své místo na trhu. Do 50. let se brýle používaly především jako ochrana očí. Velmi si je oblíbily řidiči automobilů a také lyžaři.

Klasický módní doplněk z nich udělal až filmový a hudební průmysl v 60. a 70. letech 20. století. V tuto dobu se brýle staly právoplatným módním doplňkem. Jejich hlavní protagonistkou byla Jacquelin Kennedy, která sluneční brýle povznesla ještě na vyšší úroveň, když se za ně, po smrti svého manžela, tehdy ještě nezáměrně schovávala. Poté tmavé brýle přijala za součást své vlastní image. „Maskování“ se od té doby stalo velmi populární a jak se můžeme leckdy přesvědčit, dnes tomu není jinak.

[5] [7] [14]

Jelikož oděvních i módních doplňků existuje celá řada, byly zde zmíněny jen opravdu ty nedůležitější. Mezi další oděvní a módní doplňky by se jistě daly zařadit například šátky, šály, rukavice, či například deštníky, opasky, diáře nebo peněženky...

2 Kabelky, kufry, tašky

2.1 Historie

O historii a původu kabelek se dovídáme už ze starého Egypta. Předchůdci dnešních kabelek byly jakési měšce, uvázané kolem pasu, o kterých víme díky nalezeným hieroglyfům (obr. 1), které znázorňovaly stylizované váčky na uchovávání cenností a peněz. Jejich původ lze datovat zhruba do tří tisíc let před naším letopočtem. Následující zmínka, o možnosti uchovávání nezbytností, pochází se starého Řecka, kde se velmi složitě našasený chitón, v pase podvazoval a vznikl jakýsi vak zvaný *kalpos*, který sloužil jako taška nebo velká kapsa. Velmi podobnou techniku využívali i v zemích jako je Japonsko a Čína. Jelikož kimono neměla žádné kapsy, dámy si schovávaly různé drobnosti do rukávů svých kimono.



Obr. 1 Hieroglyfy dle [19]

Velkou rafinovaností byl vějíř, který si dáma schovávala rovnou do svého výstřihu, kde jej držel pevně uvázaný ozdobný pás. Muži toto bohužel praktikovat nemohli. Na pomoc zde byly ale malé knoflíky *necuke*, které byly vyřezávány ze slonoviny, porcelánu nebo exotického dřeva. Těmi si své drobnosti, jako byly lahvičky na různé medikamenty, muži připevňovali rovnou k pasu. Zdá se ale, že nápad přivazování si osobních věcí k pasu se uchytil a pokračoval prakticky až do 18. století.

Další nalezené informace jsou prakticky z prvopočátku středověku. Uvádí se, že to byl velmi prostý kus kůže, který byl zavěšen u pasu a sloužil víceméně na uchovávání jídla a na úlomky křesadla. Během dalších několika let se příliš nezměnilo. Stále se nosily různé tvary a druhy váčků, ve kterých lidé schraňovali osobní věci, později i mince. Přitom pánské a dámské váčky se nijak zvlášť nelišily ani velikostí, materiálem a vypadaly velmi prostě.

Začínal zde ale hrát velmi významnou roli pásek. Kromě váčků a nezbytných zbraní se na pásek zavěšovala tvz. *tašvice*, což je vlastně tehdejší označení pro kabelku, či tašku, která v té době nahrazovala chybějící kapsy. Tyto *tašvice* byly většinou kožené v kombinaci s kováním, které bylo používáno na výrobu zapínání. Tato podoba *tašvice* přetrvávala několik stovek let. Okolo 11. století se začíná brát v potaz i určitá zdobnost. Roli tu hrálo i společenské postavení. Prostší lidé využívali *tašvice* především z jemné kůže. Šlechta a lidé z bohatší vrstvy měli vyrobené *tašvice* už z velmi drahých látek jakými byly brokát a aksamit. Často byly i ručně vyšívány (obr. 2).



Obr. 2 Byzantská kabelka (10. - 11. st.) dle [20]



Obr. 3 Kabelka z Paříže (1340) dle [21]

Ze 13. a 14. století jsou známy i tvz. žebradla (almoners purses). Tento název původně vznikl v Evropě, díky poskytování almužen chudým lidem. Tyto taštičky byly velmi často stahovány šňůrkou a opět připevňovány k opasku. (obr. 3)

Od 15. století se začalo využívat i tvz. zapínání na pant. Během renesance dámy své miniaturní váčky začaly schovávat pod bobtnající vrstvy svých sukní. Stále měly ale ukryté své cennosti jako peníze, zrcátko, lahvičku se solemi, či s vůní, v taštičkách, které jim byly vždy po ruce. Později ale miniaturní tvar zapudily a zvětšily jej na velikost kapsářů či oválné zástěry. Tento styl přetrvával hlavně u prostších žen. Na obrázku 4 je znázorněna dámská kabelka, které pochází z Anglie z poslední čtvrtiny 16. st.



Obr. 4 Taštička z barevného hedvábí dle [22]



Obr. 5 Kabelka z Francie (18. st.) dle [23]

Teprve však v 18. století, kdy přišly na svět první kalhotové kapsy, se kabelka začala stávat výhradou především žen (obr. 5). První předchůdkyně dámské kabelky je nazývána podle slavné Jeanne-Antoinette Poisson, Marquise de Pompadour, *pompadourka*. Tato prvotina si stále zachovávala tvar váčku, ale byla opravdu bohatě zdobená a dáma ji, snad poprvé, vznešeně držela v ruce. I když byla ve své podstatě dost nepraktická, nic se do ní téměř nevešlo, stala ve své době velkým hitem.

Velmi oblíbeným doplňkem byla tzv. *chatelaine*. Pochází ze starého francouzského slova *chastelaine*, což znamená paní domu. Byla to kovová ozdoba plná krátkých řetízků (obr. 6). Na každém tomto řetízku byl zavěšen jiný nástroj. Druhy těchto nástrojů se lišily. Záleželo na tom, jakou profesi žena vykonává. Nástroje zdravotní sestry mohly být odlišné od nástrojů dojičky nebo domovnice. Tato celá kolekce byla poté zavěšena opět k pasu. Používaly se ale i jako doplněk, protože byly velmi krásně zdobené.

Počátkem 19. století se móda velmi změnila, šaty se staly méně objemnými a už nebylo možné schovávat pod záplavami sukni kapsáře, či objemné zástěry. Vznikly opravdu kabelky, jak je v podstatě známe dnes, tzv. *reticule*. Tento termín je odvozen z latinského *reticulum*, což znamená síťka. Tyto kabelky byly opravdu nejčastěji vyrobeny ze síťoviny, korálků a brokátu. Mohly být zaobleného nebo čtvercového tvaru, zdobené trásněmi nebo hladké, tkané, háčkované či pletené (obr. 7).



Obr. 6 Chatelaine dle [24]



Obr. 7 Reticule [25]

Zdobeny byly flitry, korálky nebo výšivkou. V odborné literatuře se uvádí, že některé měly malá ucha, za která se kabelka držela nebo byly provlečeny a následně staženy šňůrkou. Postupem času se *reticule* vyvíjela. Zatímco první *reticule* byla velmi jednoduchá. Později byla síťovina nahrazena hedvábím a namísto provázku zde visel řetízek (obr. 8). Dámy používaly kabelku tohoto typu až do 20. století (obr. 9). Právě z *reticule* se později vyvinula moderní večerní kabelka s dlouhým uchem přes rameno.



Obr. 8 Viktoriánská kabelka dle [26]



Obr. 9 Neoklasicistní kabelka dle [27]

S příchodem vynálezu parního válce lidé začali také více cestovat. V souvislosti s tím se velmi rozmohlo brašnářství a sedlářství. Tím pádem se dostala do popředí kůže. Díky poměrně dobrým cenám přírodních surovin, se v té době dala pořídit pěkná kožená kabelka za vcelku dobrou cenu. Začala se vyrábět různá cestovní zavazadla, ať už to byly kožené brašny nebo proutěné cestovní koše. Do této doby, pokud lidé cestovali dostavíkem, jejich osobní věci byly přepravovány v cestovních truhlách. Ty se postupem času ukázaly jako naprosto nepraktické. Díky velkému rozmachu turistiky a sportu si lidé oblíbili i batoh.

Ve 20. století se kabelka stala téměř nejdůležitějším dámským doplňkem. Módní domy od 20. let získávaly inspiraci opravdu odevšad. Ať už to byla velká popularita mnoha různých tanečních kabaretů, na které dámy potřebovaly vhodné tvary a druhy kabelek jako byly například menší podlouhlé váčky, které byly většinou vyrobeny z velmi blýskavých materiálů, kovových sítěk (obr. 10), nebo malinké kapsy, které se při tanci tanga navlékaly na prsty.



Obr. 10 Večerní kabelka (1920) dle [28]



Obr. 11 Art Deco kabelka dle [29]

Ve 30. letech to byl opět návrat k velké eleganci. Ženy v té době potřebovaly mít své ruce volné, protože stále více žen bylo zaměstnáno jako administrativní pracovníce mimo svůj domov a nemohly stále držet ve své ruce nějaký malinký sáček. Potřebovaly něco více praktického, aby si uschovaly své kosmetické potřeby, peněženky, lístky na dopravu, psací potřeby atd. Kabelka na rameno byla perfektním

řešením. Při návštěvách plesů a divadel byl čas i na pravou eleganci, kdy kabelky byly vyráběny většinou z hedvábí nebo sametu, plisované s velkou ozdobnou sponou. Dále tu byla také velká inspirace uměleckým směrem Art Deco (obr. 11) nebo později surrealismem, kdy vlastnit kabelku, která vypadá jako parník nebo dokonce láhev šampaňského nebylo vůbec nic zvláštního.

Nedostatek materiálu se, po druhé světové válce, odrazil i v módní branži. Kabelky byly zhotovovány z levnějších materiálů, jako byly například plátno nebo rafie, ale na kráse a praktičnosti jim to rozhodně neubralo. Jestliže kabelky ve 40. letech (obr. 12) působily masivněji a více prakticky, v 50. letech dosahovaly opravdu obřích rozměrů. Stále ale zůstává přísný módní diktát, kdy kabelka musí být dokonale sladěna s celkovým zevnějškem.



Obr. 12 Kabelka 1940 – 1950 dle [30]



Obr. 13 Kabelka The New Look dle [31]

S příchodem The New Look (obr. 13) se kabelky opět staly velmi elegantní záležitostí. 60. léta jsou známá jako nejrevolučnější léta 20. století – poslední léta módného diktátu. Od této doby se nosí prakticky cokoli. I když v každém období převládá jistá vlna módních trendů. Inspirace přicházela odevšad. Je libo se inspirovat Jackie Onassis, hippies, bítíky, hudebními žánry jako je rock, disko, punk, či Andy Warholem a jeho Factory? Nastal úpadek starých myšlenek a přišel nástup mladé generace.

2.2 Kabelka dnes

V dnešní době záleží především na ženě, jaký typ kabelky či tašky zvolí. Každá žena by měla volit kabelku, takovou, aby splňovala především její požadavky a vyjadřovala její osobnost. Měl by se brát v potaz fakt, že kabelka by měla být především spojením dvou hlavních funkcí. Funkcí účelnou a funkcí estetickou.

Spisovatelka Cinzia Felicetti, autorka knihy Ryzí styl!, vtipně přirovnává velikost mikrokabelek k velikosti housky, briošky, dílky grepu, či bonsaje. Nezbytnosti jakými jsou telefon, diář, brýle, klíče, kosmetika, kapesníčky, peněženka, mp3 přehrávač by se do těchto kabelek jistě nevešly.

Proto se v posledních letech stala hitem kabelka XL rozměrů, do které se vejde vše potřebné. Ať už je to nákup, či oblečení na večerní hodinu aerobiku. Naštěstí dnešní trh nabízí v podstatě vše, na co si jen vzpomeneme a návrháři se zaměřují na tvz. městské tašky, na klasický formát, do kterého se vejde typická velikost A4. Menší formáty kabelek jsou dnes v podstatě už výsadou jen večerních a společenských událostí.

[1] [7] [9] [16]

2.2.1 Spotřebitelské nároky

Výběr kabelky ovlivňuje mnoho faktorů. Rozhoduje fakt, pro jakou příležitost si kabelku kupujeme. Zda je to každodenní použití, společenská a večerní událost, či sport. Na každou příležitost by se měla volit kabelka jiných vlastností. Také barva je pro výběr velmi důležitá. Někdo dává přednost spíše tlumeným a střízlivějším tónům, někdo chce svůj outfit vyzdvihnout právě kabelkou výraznější barvy či vzoru. S tímto jsou také spojené všelijaké ozdoby, jako jsou řetízky, kovové spony, kovové aplikace, zámky, atd. Důležitou roli při rozhodování zde hraje i materiál, ať už je to kůže, koženka či další druhy přírodních, směsových, či syntetických materiálů, jako je například polyester, či polyamid. Věk je určitě dalším spotřebitelským faktorem. Zatímco pro

školáky bude nejvhodnější batoh, který se nosí pohodlně na zádech, starší lidé zvolí spíše pojízdné tašky, které jim umožní pohodlnou manipulaci.

2.3 Rozdělení

Kabelky by se daly rozdělit do několika skupin a druhů. Z hlediska praktičnosti by bylo ale asi nejvhodnější rozdělit kabelky dle použití, či druhu příležitosti.

Kabelka pro každodenní použití

Tato kabelka je určena především pro běžný den. Měly by se zde skloubit dva důležité faktory. Praktičnost a vizuální či estetická stránka. Každá žena má své vlastní nároky, jak by tato kabelka měla vypadat a jaké vlastnosti by měla mít. Nejdůležitější je, aby splnila nároky své majitelky.

Business kabelka

Myšleny jsou především všechny druhy pracovních kabel, či kabelek, jako jsou pracovní kufříky, aktovky ale dnes už také kabely na laptop. Od té doby, co ženy vstoupily do pracovní sféry, se výrobci začali stále více zaměřovat i na potřeby pracujících žen. Hlavní prioritou je zde především účelnost. Musí se zde myslet na to, jestli chceme kabelu jen na kancelářské nezbytnosti, nebo v ní budeme uchovávat různé druhy dokumentů. Ať už je to pracovní aktovka či kabely na laptop, i zde je obrovský výběr, jak z hlediska provedení tak i materiálu. Velkým plusem je to, že ani zde ženy nemusejí potlačovat své požadavky na stránku estetickou. Výrobci už dnes vyrábí mnoho produktů, které jsou určeny především ženám a ve svých kolekcích nabízejí jak varianty pánské, tak i ty dámské.

Cestovní

Do tohoto odvětví by se daly zařadit jak cestovní kufry, tak i cestovní tašky a kabely sportovního provedení, které mnoho lidí k cestování využívá. Ještě do konce 18. století byly k cestování využívány především různé cestovní truhly, které ale s příchodem 19.

století a s příchodem brašnářského řemesla téměř úplně zmizely. Je na nás, jestliže dáme přednost cestování s jedním ze slavných kufrů značky Louis Vuitton, který je zhotoven především jen ze dřeva a kůže, či dáme přednost stále více populárnímu skořepinovému kufru, který je velmi praktický a takřka nezničitelný. U cestovních kufrů, či cestovních tašek jsou nejpoužívanější materiály kůže, již zmíněná skořepina a také syntetické materiály s různými povrchovými úpravami.

Malá večerní

Tento druh kabelky je především určen k návštěvám různých večerních společenských akcí. Od ostatních kabelek se liší především svou velikostí a také nápaditostí. Většinou bývá menšího tvaru, jenž je určen především pro opravdu ty nenutnější věci, které žena nezbytně potřebuje. Večerní kabelka se ale liší například i použitým materiálem, či prvky zdobnosti. Používají se materiály, jako je například satén, samet, nebo materiály s různými efektními prvky. Není zde opomenut ani materiál jako je kůže. Jelikož jsou kabelky určeny většinou k večerním příležitostem, přiznává se jim tvz. glamour look. I když i to není vždy pravidlem.

Sportovní

Pokud zmíníme termín sportovní kabelka, či taška, první co se nám vybaví, bude určitě batoh. Ten je dnes velmi používaný především jako školní taška, která je v tomto provedení využívána všemi, kteří jsou školou povinni. Ale také jako velmi dobrý společník v oblasti turistiky a sportu. Ostatně v 19. století, kdy se turistika velmi rozšířila se i batoh dostal do podvědomí tehdejších sportovců a nadšených cestovatelů. Dnes je některými lidmi tak oblíben, že ho využívají i v běžném dni. Mezi sportovní tašky se řadí mimo jiné ale i tašky, které nám přímo slouží k přenášení a uchovávání věcí a potřebného sportovního vybavení pro daný sport. Většinou jsou to zmenšené varianty cestovních tašek sportovnějšího provedení, do kterých se nám vejde vše, co k dané činnosti potřebujeme.

[5] [7]

2.3.1 Ikona versus fashion

Bylo již uvedeno rozdělení kabelek z hlediska účelu. Kromě toho, je tu ale ještě jedno, dost důležité rozdělení. Týká se rozdělení kabelek na ty, které jsou zde na určitou módní sezónu, lidé z nich šílí, opěvují jejich nové designové prvky, nové tvary, materiály, ale s každým přívalem nové módní vlny tato kabelka mizí nenávratně v zapomnění. Pak je tu ale ještě jedna kabelka, která je tu stále ve stejné podobě už po několik desítek let, což jí ale na významu rozhodně neubírá, naopak. Jde o kabelky „*fashion*“ a „*ikona*“.

„*Fashion*“ kabelka je označení pro kabelku, která je určena především na jednu sezónu. Je to kabelka, do které se na první pohled zamilujeme, a kterou pod nátlakem módních trendů musíme bezpodmínečně vlastnit. Je to smršť prvků, jako jsou zvířecí motivy, různé dezény zvířecích kůží, ať už je to leopard či aligátor. Tlumené barvy tu jsou nahrazeny blýskavými a transparentními. Celkový vzhled zde ještě umocňují všelijaké ozdoby, přívěšky, štrasy či umělé drahé kameny. Jde zde o to, že i kabelky podléhají módním trendům. Ke každému novému módnímu trendu patří i nová kabelka. Tisk uvádí, že toto módní šílenství ještě podtrhl slavný návrhář módního domu Louis Vuitton (dále jen LV) Marc Jacobs, když v roce 2001 uvedl svou kolekci LV Graffiti. Jeho koncepce spočívala v tom, že použil klasické modely kabelek LV Monogram jako malířské plátno, na které byly natištěny barevné motivy ve stylu graffiti vytvořené umělcem Stephenem Sprousem (Obr. 14 a 15). Tato přehlídka uvedená na jaro/léto 2001 se stala přelomovým bodem v historii módy.



Obr. 14 LV Graffiti dle [33]



Obr. 15 LV Graffiti dle [34]

Pravým opakem „*fashion*“ kabelky je kabelka zvaná „*ikona*“, která vznikla koncem 19. století. Kabelka „ikona“ je většinou velmi jednoduchá. Často má jen velmi málo designových prvků, které jsou ale výrazné a zároveň velmi snadno zapamatovatelné. Jedná se o kabelky značek, jako jsou Hermés, Louis Vuitton, Prada, Gucci, Dior či Chanel. Kabelky ikony jsou velmi vzácné. Většinou se k nim váže určité citové pouto, stejně jako k rodinnému šperku. Dědí se z matky na dceru a stává se tak opravdu něčím takovým, jako je rodinný klenot. Samozřejmě, že je lze i zakoupit. Jak jsou ale vzácné, tak jsou také málo dostupné a jejich cena je tomu úměrná. Jejich velkou výhodou je to, že nikdy nevyjdou z módy. Jejich nadčasový design je schopen obstát v jakékoli době.

[11] [12]

2.3.2 Ikonické kabelky a jejich původ

Zmíněno je zde několik nejdůležitějších módních domů, díky nimž ty nejslavnější ikonické kabelky vznikly. Jedná se o společnosti, které mají zajímavou historii, a které byly téměř všechny původně zaměřeny na výrobu jezdeckých a cestovních kožených doplňků. Jejich počátky a vývoj je nesporně spojen s velkou rodinnou tradicí a precizním ručním zpracováním kůže, později kožených doplňků.

Během několika desítek let se z nich staly věhlasné a světoznámé módní domy, které se sice dnes už nesespecializují jen na výrobu cestovních zavazadel a kožených doplňků, ale mají mnohdy i své další aktivity, jako jsou například linie dámského a pánského oblečení. Pokud ale jejich jména zaslechneme, určitě první, co se nám vybaví, jsou právě modely slavných kabelek. Dnes je jejich cena jen málokomu dostupná. Proto se dnes návrháři světových značek, specializující se na výrobu konfekce, inspiroují právě těmito slavnými módními domy. Kolekce kabelek inspirované klasickými modely společností Chanel, či Hermés je dnes na trhu nespočet. To, co se objeví na přehlídkovém mole slavného návrháře, se později, v určité podobě, odrazí i ve výrobě konfekce. Návrháři si vybírají určité prvky, o kterých vědí, že je lidé mají v oblíbě, nebo

že by si rádi kabelku od slavného módního domu koupili, ale již cena je pro zákazníky příliš vysoká, a nechávají se jimi inspirovat.

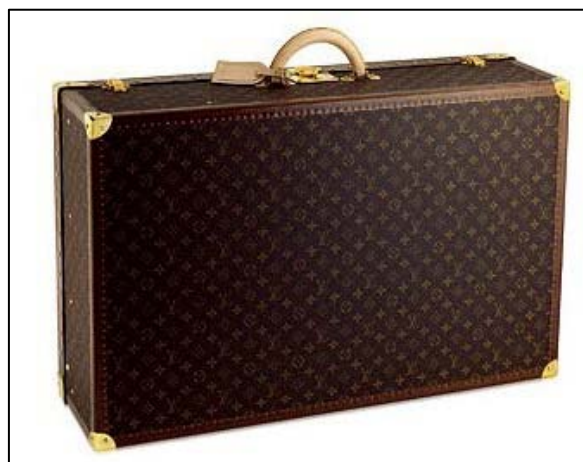
Není tu ale řeč o takzvaných kabelkách „fake“ (padělek). Bohužel v dnešní době se tyto padělky, většinou velmi špatné, objevují na ulicích dnes a denně, a některé z nich přímo bijí do očí. Většina společností má již své soukromé detektivy a speciální oddělení, která se snaží distribucím těchto kabelek zabránit. Obchodní zástupci všech zmíněných značek jsou velmi profesionálně vyškoleni a rozpoznání pravosti, či nepravosti kabelek není pro ně příliš těžkou záležitostí. V dnešní době se zakládají už i internetové servery, které krok po kroku vysvětlují rozdíly mezi modelem pravým a mezi padělkem.

Louis Vuitton

Louis Vuitton se narodil 2. února 1821. Když dosáhl čtrnácti let, rozhodl se, že se vyučí v brašnářském řemesle. Původně se specializoval na balení dámských šatů a toalet pro francouzskou aristokracii. Když roku 1854 otevřel svůj podnik v ulici 4 Rue Neuve des Capucines, která se nachází nedaleko náměstí Vendôme, kde se zaměřoval na výrobu cestovních doplňků, bylo mu už dávno jasné, že kdejaká truhla, která dosud sloužila jako zavazadlo, je již naprosto nevyhovující. Tak se zrodil nápad, používat jako výrobní materiál lehké topolové dřevo.



Obr. 16 Damier dle [35]



Obr. 17 LV Monogram dle [36]

Zavazadlům poté dal tvar kvádrů, aby zajistil cestujícím pohodlnou manipulaci při cestách železnicí. Perfektně vypracovaný a okovaný kufr, dokonce i s bezpečnostním zámkem spatřil světlo světa. Slavný dezén *Damier* (běžovohnědá šachovnice) se objevil roku 1888 (obr. 16).

O pár let později Louisův syn Georges vytvořil další neméně důležitý tisk. Je to tisk *Monogram* (obr. 17), který byl zároveň i vyjádřením pocty svému otci. Známořňuje kroužek ozdobený květem se čtyřmi lístky a kosočtverec s lehce prohnutými stranami a s hvězdou v negativu uvnitř. Tyto motivy jsou střídány pozitivem a iniciály LV. Od této doby se kufry LV stali velmi populárními jak mezi smetánkou, tak i mezi cestovateli, kterým společnost LV plnila každé přání ohledně funkčnosti požadovaného zavazadla. Každý, kdo disponoval určitými financemi, si mohl vymyslet cokoliv a nechat si své přání zrealizovat. Tento servis je společnosti vlastní dodnes.

Značka Louis Vuitton se během sta let stala celosvětovým uznávaným impériem, které se kromě výroby zavazadel zabývá i výrobou pohodlné linie oblečení pro muže a ženy. Bohužel se také stala jednou z nejvíce napodobovaných značek světa. Dnes má společnost už i své vlastní detektivy, kteří mají za úkol rozpoznávat plagiáty od originálů a zamezit jejich rozšiřování. Ve vedení společnosti dnes stojí pokračovatel rodu Patrick Louis Vuitton.

Hlavním návrhářem je od roku 1998 Američan Marc Jacobs, který vnáší do této tradiční a klasické značky první velké oživení. Společnost Louis Vuitton vlastní po celém světě, včetně Prahy, něco okolo 350 poboček. Její hlavní centrálou je obchodní dům Louis Vuitton na Champs-Élysées, který se stává zároveň i hlavním turistickým cílem pro mnoho návštěvníků Paříže. Velkou silou této společnosti je jak její přísné řemeslné zpracování, tak i její rozsáhlý servis zákazníkům. Na všechny výrobky dává Louis Vuitton doživotní záruku. A pokud by se přece jen mělo zakoupenému výrobku něco stát, v každé pobočce výrobek vyčistí či opraví. Díky této oddanosti zákazníkům se společnost Louis Vuitton opravdu vyjímá na pomyslné špici světa módy.

Hermés

Historie značky Hermés sahá do roku 1837, kdy ji Thierry Hermés, výrobce sedel a koňských postrojů, založil. Následně získalo sídlo společnosti velmi lukrativní pozici v ulici Fabourg Saint-Honoré v Paříži. Zlomový okamžik nastal v roce 1918, kdy se vnuk Thierryho Hermése, Emil Hermése vrátil ze svých cest po Kanadě a přivezl si svůj úlovek. Zip. Známy jako americké zdrhovadlo. Následně roku 1923 vznikla vůbec první oficiálně uznaná kabelka, která má uzavírání na zip. Tato kabelka byla původně vyrobena pro jeho manželku. Později byla přejmenována na „McPherson“, podle světové topmodelky Elle McPherson.

V následujících letech společnost obohatila svůj sortiment především o kabelky, zavazadla, šátky a hodinky. V Paříži bychom ale i dnes nějakou masovou výrobu čekali marně. Všechny kabelky jsou pečlivě nastříhány a každý ze ševců šije už připravenou kabelku ručně. Asi nejznámějšími kabelkami značky Hermés jsou bezpochyby „ikony“ *Kelly* (obr. 18) a *Birkin* (obr. 19). Kabelce *Kelly* se původně říkalo „malá velká kabelka se dvěma uchy“. Zapínala vpředu na sponu a vznikla v roce 1935. Slavná herečka, Grace Kelly, si kabelku velmi oblíbila. Kabelka je tudíž pojmenovaná po slavné herečce.



Obr. 18 Kelly dle [37]



Obr. 19 Birkin dle [38]

Kabelka *Birkin* je vlastně XL verze kabelky *Le Trim*, která byla uvedena již v roce 1958. *Birkin* vznikla ale až v roce 1984. Její vznik je svázán s příběhem, kdy tehdejší prezident společnosti Jean-Louis Dumas-Hermés cestoval společně v letadle s herečkou a zpěvačkou Jane Birkin. Jean-Louis ji záhlédl jak se přehrabuje ve své kabelce, do které se jí ale nic nevešlo. Sám se jí tedy zeptal, jaké vlastnosti by podle ní měla mít vysněná kabelka, a začal si přímo v letadle dělat náčrty. Za nějaký čas byl Jane Birkin doručen dopis, aby si svou kabelku vyzvedla. Od té doby nese kabelka jméno po své první majitelce, *Birkin*.

Obě kabelky, jak *Kelly* tak *Birkin*, je ale dnes velmi těžké získat. Jsou na ně tzv. pořadníky, a minimální délka čekací doby se pohybuje kolem jednoho roku. V současnosti se jejich cena pohybuje okolo pěti tisíc euro. Posledním modelem kabelek Hermés nese název *Herbag*, která je skvělým propojením tradice s inovací. Společnost Hermés se dnes zaměřuje i na zajímavé linie oblečení pret-à-porter. Jejím hlavním návrhářem je v dnešní době slavný Francouz Jean Paul Gaultier.

[1] [6]

Chanel

Gabrielle „Coco“ Chanel se narodila 18. srpna 1883. Ač její dětství a cesta k jejímu snu nebyly vždy příliš snadné, stala se přese všechno snad tou nejvlivnější ženou 20. století, která působila ve světě módy. Je především velmi známá tím, jakým neuvěřitelným způsobem ovlivnila ženy a jejich styl oblékání. Byla průkopnicí jednoduchého stylu. Byla to ona, kdo se vzpříčil honosným kloboukům a nabíraným sukním a dal ženskému tělu jednou pro vždy volnost a svobodu.

Byla také ale inovátorkou dámských kabelek. Když sama Coco jednou prohlásila: „*Jsem už k smrti unavená držet stále kabelku ve své ruce, protože ji vždy někde zapomenu.*“ [2], rozhodla se přidat ke kabelce tenký řemínek, a tak mohla být použita jako kabelka přes rameno.

Její nejslavnější kabelka spatřila svět až v roce 1955. Byla to první prošíváná kabelka značky Chanel, kabelka 2.55, pojmenovaná podle měsíce a roku výroby, později známá jako *gilt 'n quilt* (obr. 20). Jejím poznávacím znamením je diamantové prošívání, zavěšení na pozlaceném řetízku a obdélníkové zapínání, které bylo v 60. letech nahrazeno dvojitém zkříženým „C“. Kabelka se vyrábí v kůži nebo v úpletu a v Gabrielliných oblíbených barvách, jako jsou béžová, černá, námořnická modř a hnědá.



Obr. 20 Chanel 2.55 dle [39]

Po smrti Coco, roku 1971, společnost Chanel stagnuje. Jako vysvobození se v roce 1983 ukázal příchod návrháře Karla Lagerfelda, pod jehož vedením se značka Chanel opět odrazila ode dna. V 80. letech, kdy byly značkové kabelky kvintesencí elegance, dokonce musely některé butiky omezit nákupy svých zákaznic na maximálně tři kusy za jednu návštěvu. Až tak byla značka Chanel populární. Poslední novinkou značky je kabelka 2005. Její tvar typu hi-tech je navržen tak, aby přesně kopíroval křivky těla. Vyráběna je z materiálů, jako jsou kůže, tvíd a žerzej. Dá se použít také jako polštář. Společnost je i v současné době vedena hlavním návrhářem Karlem Lagerfeldem.

[1] [2] [6]

Gucci

Společnost Gucci vznikla v roce 1904, kdy byla založena Gucciem Gucci. Nejprve se společnost zaměřovala na výrobu výhradně jezdeckých potřeb. Až mnohem později, roku 1921, se sortiment rozrostl o velmi elegantní kožená zavazadla a cestovní zboží, které Gucci prodával ve svém obchodě ve Florencii. Díky velkému úspěchu otevřel v roce 1938 svůj druhý obchod v Římě. Po druhé světové válce, kdy zavládl nedostatek surovin, se objevila tradiční dvě zkřížená „G“ na mnohem levnějších materiálech, jako je plátno, len a juta. Kabelka s názvem *1947* (obr. 21) se stala symbolem těchto let díky levné, ale o nic méně krásné, rukojeti z bambusu a dodnes je absolutní klasikou.



Obr. 21 Bamboo Bag dle [40]



Obr. 22 Jackie O Bag dle [41]

Do celosvětového podvědomí se Gucci dostal až po roce 1960, kdy značce velmi pomohl zájem těch největších celebrit. Díky Jackie Kennedy Onassis, která si velmi oblíbila tuto značku, vznikla další kabelka „ikona“ nazvaná *Jackie O*, dnes známá jako *Bouvier Bag* (obr. 22).

Díky vnitřním neshodám společnosti během následujících let se obraz společnosti Gucci velmi zatemnil. Na její vzestup se muselo čekat do počátku 90. let, kdy se stala kreativní ředitelkou Dawn Mell. Během let 1994 až 2004 zažila značka své vůbec nejslavnější období. V těchto letech je jejím hlavním návrhářem a později kreativním ředitelem Američan Tom Ford. Tento mladý návrhář, díky svým svěžím nápadům, pozvedl značku až samý vrchol. Od roku 2005 je vedena značka Gucci pod návrhářskou taktovkou Italky Fridy Giannini.

Prada

Tajemství společnosti Prada tkví v její kvalitě, preciznosti a vkusu. Tyto vlastnosti si byla schopna udržet po mnoha desetiletí až dodnes. V roce 1913 ji v Miláně založil kožedělný řemeslník pan Mario Prada. Jeho obchod se stal vyhledávaným cílem všech buržoasních a aristokratických rodin a v roce 1919 mu byl udělen diplom „výhradního dodavatele královské rodiny“. V 50. letech Mario rozšířil produkci společnosti téměř všemi směry. V roce 1978 převzali otěže společnosti Mariova vnučka Miuccia Prada a její manžel a společník Patrizio Bertelli.



Obr. 23 Prada Backpack dle [42]

V roce 1985 Miuccia uvedla na svět batoh *Vela Prada* (obr. 23). Byl to batoh, který měl čistou a velmi atraktivní siluetu a byl vytvořen z nylonu s hedvábnou povrchovou úpravou, který Miuccia nazvala Pocono. Logo je vyražené na kovovém štítku ve tvaru převráceného trojúhelníku, inspirované uzávěrem na dědečkově cestovním kufru. Do této doby byly batohy využívány hlavně pro přepravu různých pomůcek, včetně školních potřeb, campingového vybavení a sportovních potřeb. To, co bylo u tohoto batohu nové, byla jeho velikost a lehkost. Byl totiž vytvořený jako jiná a elegantnější verze batohu pro ženy, které by ho mohly využívat stejně tak dobře, jako využívají svou kabelku. Po několika letech se batůžek Prada stal definitivním módním kultem.

[1] [6]

Fendi

Společnost byla založena roku 1918 slečnou Adele Casagrande. Adelin obchod v Římě byl původně zaměřen na prodej kožených a kožešinových doplňků. Později, v roce 1925, se společnost oficiálně přejmenovala poté, co se Adele provdala za Edoarda Fendi. V ten samý rok si společně otevřeli malou kožešnickou dílnu. První obchod Fendi byl slavnostně otevřen v roce 1946 a díky další generaci pěti dcer, Paoly, Anny, Francky, Carly a Aldy se značka Fendi posunula o velký kus vpřed. Klasická spona dvojitého „F“ je spojena s rokem 1965, kdy do společnosti zavítal mladý návrhář Karl Lagerfeld, jehož úloha byla původně jen překreslit a oživit kolekci kožešin. Jeho tehdejší návrh loga společnosti je ale hlavním poznávacím znamením značky Fendi dodnes.

Jedna z nejslavnějších kabelek Fendi přišla na svět až v roce 1997. Vytvořila ji Silvia Venturini Fendi a nese název *Baguette* (obr. 24). Jedná se o kabelku přes rameno, s krátkou rukojetí. Dnes existuje nespočetné množství at' už barevných, či materiálových variant. Vyráběny jsou vždy jen v limitované sérii. Dnes kabelka stojí něco okolo čtyř tisíc amerických dolarů. Cena se odvíjí od použitého materiálu, kterým může být například satén posázený diamanty, vyšívaná rafie, denim, samet či dokonce hříběcí srst. Rok 2002 je rokem kabelky *Ostrik* (obr. 25) s jejím nepravidelným oválem a nekonečnou hrou materiálů a barev



Obr. 24 Fendi Baguette dle [43]



Obr. 25 Fendi Ostrik dle [44]

Kabelky těchto značek jsou bohužel pro většinu lidí, z hlediska ceny, téměř nedostupné. Poslední novinkou je ale tzv. „půjčování si kabelek“. S tímto nápadem do České republiky přišla společnost BEINSTYLE Czech Republic, která umožňuje vypůjčení, či pronajmutí si kabelky na tři, sedm, nebo třicet dní, za uvedenou taxu. Tuto službu provozuje portál Rentbag.cz.

[17]

2.4 Situace na dnešním trhu

Při zpracování mé bakalářské práce jsem se snažila prozkoumávat současný trh, a to co nabízí. Ráda bych, aby zde byly uvedeny jak například materiálové novinky, tak i ty nejvíce vyskytované typy kabelek. Poté bych ráda představila pár oblíbených světových společností, zabývajících se výrobou cenově dostupných kabelek. Obecně platí pravidlo, že co společnost, to odlišný styl a odlišné pojetí trendů.

V nabídce, jak kamenných tak i internetových obchodů, se nachází nepřeberné množství typů a stylů kabelek. Ať už jsou to kabelky, které jsou vyrobeny z pravé kůže a jejichž design má spíše jednoduché a čisté linie, nebo to jsou kabelky, které jsou vyrobeny například z koženky, jejichž design většinou nejvíce podléhá módním trendům. V obou případech jsou kabelky doplněny ať už menším, či větším množstvím kovové galanterie (cvoky, zipy, řetízky, přezky, spony, úchyty,...). Tyto kabelky jsou navrhovány jak v elegantním stylu, tak i ve stylu sportovnějším. Mohou na nich být zhotoveny nejrůznější kapsy, nebo jejich kouzlo může být jen v nějakém jednoduchém detailu.

Dále se zde vyskytují kabelky, které jsou vyrobeny z textilie, která je často potištěna celoplošným tiskem, jehož motiv je ovlivněn trendem stávající sezóny. Tato kabelka je také často zhotovena v kombinaci s koženkou, která je zde použita na místech více namáhaných, jako jsou například ucha, či dno kabelky. Dalšími hojně používanými materiály, jsou materiály syntetické. Jako jedni z největších zástupců by se

zde daly uvést polyester a polyamid. Ty jsou nejvíce využívány na taškách a kabelkách sportovního stylu.

2.4.1 Společnosti

Společností, zabývajících se výrobou a produkcí kabelek a jiných doplňků, je dnes opravdu hodně. Je zde uvedeno pár společností, které jsou dnes velmi oblíbeny především mezi studenty a mladými lidmi. Mohou ale ovlivnit i jiné věkové skupiny. Zaujímou hlavně svým zajímavým a neokoukaným designem, plným barev.

Oilily

Značka Oilily vyrábí luxusní a praktické kabelky a tašky, které jsou přizpůsobivé každé ženě. Kabelky jsou pro ženy a dívky, které si chtějí dopřát nejen luxusnější, ale i zcela propracované a praktické kabelky. Tašky Oilily jsou velmi optimistické s opravdu originální barevností a zajímavými detaily. Pro tuto značku navrhovala například i Leontine Hagoort, která byla dlouhá léta designérkou i pro společnost Esprit. Byla to ona, kdo dal kabelkám jejich typickou a nezaměnitelnou tvář. Kabelky Oilily mohou být - malé, větší i největší. Oilily nabízí kabelky všech velikostí a pro všechny příležitosti. Největším modelem v nabídce kabelek a tašek Oilily jsou cestovní tašky - Weekender Oilily, ty jsou prostorné a praktické na různé výlety i obchodní cesty. V kolekcích kabelek Oilily jsou i menší kabelky, vhodné na večer či do společnosti. V nabídce jsou i modely určené pro notebook tedy Office Bag Oilily, ty jsou vhodné a hlavně přizpůsobené pro notebook.

[18]

LeSportsac

Od založení společnosti, roku 1974, kdy byla společnost LeSportsac hlavním producentem funkčních a zároveň velmi „chic“ kabelek uplynulo už několik desítek let. Během té doby se společnost stala americkou ikonou, která je známá po celém světě.

Díky kolekcím Classic a Designer (navrhnuty takovými jmény jako jsou Stella McCartney, Jonathan Adler, Diane von Furstenberg, tokidoki a Gwen Stefani) se stala hlavní americkou značkou zabývající se produkcí kabelek pro každodenní použití, které jsou vyrobeny převážně z polyamidu. Nejvíce oblíbené jsou jak ve Spojených státech, stejně tak v Mexiku, Asii a Evropě. Jejich poznávacím znamením je sportovní americký styl, široké spektrum barev a směsice nejrůznějších celoplošných potisků.

[15]

2.4.2 Solární kabelka

Poslední novinkou je kabelka (obr. 17), která je vyrobena z černé látky, jež je osázena šesti metalickými solárními panely, které jsou zapojeny tak, aby bylo možné dobíjet přístroj přes USB kabel. Je navržena do speciálního trojúhelníkového tvaru, aby se dosáhlo maximálního využití sluneční energie. Uvnitř kabelky je umístěn již zmiňovaný USB kabel, do kterého pouze zapojíte dané zařízení, jako je třeba iPod, mobilní telefon, kapesní počítač. Tento vynález je dílem mladého amerického studenta, vlastním jménem Joe Hynek, který za tento vynález získal druhé místo v soutěži American Association of Textile Chemist. Kabelka vznikla skloubením elegantního vzhledu a Hi-Tech technologií. Otázkou ale stále zůstává, jaké USB rozhraní bude obsahovat, a hlavně, jak velký elektrický výkon bude schopna dodávat v praktickém životě, jelikož různé přístroje vyžadují různé vstupní parametry k jejich dobíjení. Jedná se o velmi dobrý nápad, který může pomoci nejedné ženě, ale jen čas ukáže, jak se tento výrobek osvědčí v každodenním životě a jak bude úspěšný.

[10]



Obr. 26 Solární kabelka dle [32]

2.5 Muži a tašky

Pro muže není kabelka tak důležitým doplňkem jako pro většinu žen. Pravdou však je, že slovo kabelka nevyvolává ani u většiny dam představu něčeho ryze mužského. Vhodnějším označením by bylo, například pánská taška, či pánská brašna. Jelikož pánské doplňky nepodléhají módním trendům, ani zdaleka tak, jako ty dámské, vyplatí se do nich investovat. Na trhu je dnes dostatek doplňků pro pány, kteří si mohou vybrat z nepřeberného množství materiálů a stylů. Dnešní muži, stejně jako ženy, potřebují čím dál více každodenních nezbytností, jakými jsou například peněženka, nejméně jeden telefon, klíče, diář, brýle, atd. Bohužel ještě dnes vidáme pány, kteří místo, aby sáhli po hezké tašce přes rameno, či stylové kožené brašně, stále ještě nosí prehistorické ledvinky, či otrhané batohy. Situace se ale pomalu lepší. A to díky notebookům. Notebook se stal nejen absolutní nezbytností, jak pro pracující muže, ale stejně tak i pro studenty. Díky tomu, že laptop je určen především ke snadnému přenosu z místa na místo, vznikly i brašny na notebooky nebo batohy umožňující přenos jak notebooku, tak i studijních či pracovních materiálů. Společnosti zabývající se výrobou pánských doplňků na tuto skutečnost pamatují, díky čemuž není dnes problém v obchodech pořídit brašnu, pánskou tašku, či batoh, do které se vejde vše, bez čeho by se dnešní muži neobešli.

Pánská „business“ aktovka

Nejčastěji je vyráběna z materiálu, jako je kůže či koženka. Tato aktovka je mezi pány velmi oblíbená. Nejenže vypadá elegantně, ale splňuje všechny spotřebitelské nároky. Velkým plusem je, že se k těmto taškám dají dokoupit i další doplňky, jako například klíčenka, peněženka, diář a vše přitom zůstává ve stejném designu. Typy těchto aktovek mají většinou jedno nebo dvě krátká ucha a odepínací dlouhý popruh. Muži si tak sami mohou vybrat, jaký způsob nošení jim nejvíce vyhovuje, zdali v ruce, či přes rameno. Druhou verzí této „business“ aktovky je i pánský „business“ kufřík.

Pánská ležérní taška

U tohoto typu pánské tašky záleží především na výběru, stylu a vkusu majitele. Je vyrobena snad ze všech typů materiálů, které jsou na trhu k dostání. Jmenujme například kůži, koženku, polyester, denim atd. Velmi oblíbeny jsou i tašky plátěné. Jejich styl, či potisk je závislý na druhu a stylu značky, či obchodu, ve kterém je taška pořízena. Její tvar může být ryze elegantní, ale také sportovně – elegantní. Tyto tašky mohou mít jak jen dvě ucha, či popruh přes rameno, tak i kombinaci těchto dvou možností.

Toto rozdělení je spíše orientační. Do dalších kategorií by se daly zařadit jak již zmiňované brašny na laptop, tak i dnes, především mezi studenty, velmi oblíbené batohy.

[8]

3 Barvy

Už anglický vědec Sir Isaac Newton ve svém zkoumání v roce 1666 objevil fenomén, ve kterém, když světlo projde přes skleněný hranol, tento pouhý bezbarvý paprsek, který jinak nevidíme, se rozdělí do všech nám známých viditelných barev. Další experimenty pak ukázaly, že tyto světelné efekty a barvy se můžou vzájemně kombinovat.

Nejen psychologové, ale také aranžéři, reklamní pracovníci a vůbec lidé, kteří jsou v jakémkoli kontaktu s barvami, velmi dobře vědí, že barvy mají velký vliv na lidskou psychiku. Ovlivňují naše myšlení, chování, nálady a v neposlední řadě též naše zdraví.

Vnímání barev je velmi individuální záležitostí. Každý člověk má určitou barvu spojenou s jiným podnětem. Proto, pokud na někoho působí jedna barva pozitivně, u druhého člověka může vyvolávat zcela opačné pocity. Člověk subjektivně upřednostňuje barvy v závislosti na pohlaví, kulturním prostředí, národnosti, náboženství, věku, politické nebo sociální příslušnosti.

3.1 Symbolika a vnímání jednotlivých barev

Červená

Je až udivující, jak často mají symbolické významy jednotlivých barev u různých národů společné rysy. Téměř vždy a téměř všude byla první barvou červená. Symboliku jí propůjčují krev a oheň, je to barva životní síly. Později se červená stala symbolem lásky a vášně. Řecký bůžek Eros nosí červený plášť, červená je posvátnou barvou indické bohyně Lakšmí, dávkyně lásky, zdraví, krásy a štěstí. V křesťanské symbolice je jedinou barvou, u níž se rozlišuje odstín. Jasná červená značí lásku, purpur mučednictví. Zvláštností barevné symboliky je její dvojznačnost. Každá barva má svou dobrou i zlou

podobu. Červená je také barvou krvavého násilí, barvou válek a válečníků. Vítězní generálové ve starém Římě si pomazávali tváře červenou barvou, Indiáni si při vyhlášení války natírali červenou hlínou obličej i celé tělo. Proto, nikoli pro barvu kůže, která je žlutohnědá, dostali od bílých dobyvatelů přezdívku rudoši.

Oranžová

Tato barva symbolizuje aktivní inteligenci, sebevědomí, radost ze života, štěstí, vřelost, kosmopolitní přístup. Ukazuje též na ohleduplnost a takt vůči ostatním. Je tvořena červenou a žlutou barvou a kombinuje v sobě vlastnosti těchto kvalit. Oranžová barva se někdy používá jako varování či zvýraznění podobně jako žlutá. Je slavnostní, je spojena s představou slunce, tepla, bohatství, zlata, úrody, slavnostního vzrušeného očekávání, ale i s bezcílným hektickým rozčilením. V Indii oranžová barva označuje hinduismus. Používají jako svůj symbol židovští osadníci v Pásmu Gazy.

Žlutá

Na zemi žlutá vítězí s příchodem léta a s nástupem podzimu, je to barva zrajících plodů a žloutnoucího listí. Je tedy symbolem hojnosti a plnosti života, zároveň počátku stárnutí, zkázy, úpadku, blížící se smrti. Je tak dobrá i zlá. Proto v řecké mytologii zlatá jablka Hesperidek symbolizují lásku a nesmrtelnost, a zároveň je zlaté jablko příčinou trojské války, symbolem žárlivosti a pýchy. V náboženské symbolice křesťanství se vyjadřuje zlatou a žlutou barvou myšlenka splnutí duše s bohem a současně její protiklad - duchovní odpadlictví. Ve světské symbolice se žlutou barvou a zlatem označovala manželská láska, a zároveň její protiklad, nevěra, která manželské svazky trhá. Ve středověku se žlutá stala barvou hanby. Nicméně teplá, jasná žlutá působí povzbudivě, osvobodivě. Je to barva změny, dere se dopředu, za vším novým. A protože zlaté sluneční světlo činí lidskému oku vše viditelným, je žlutá také barvou inteligence, moudrosti a vědění.

Zelená

Zelená byla vždy symbolem života, znovuzrození, svěžesti a mládí, přírody, jara a naděje - v tom se shodovala všechna náboženství, víry a kulty. Každé zelené jaro ujišťuje člověka, že smrt byla zažehnána, že se znovu obnoví život. Zelená byla barvou řecké Afrodity, zrozené ze zeleného moře, i barvou staroitalské bohyně jara Venuše. Zelená barva je známkou fotosyntézy rostlin, tedy u člověka tendence přeměňovat, asimilovat, měnit, vytvářet a tvořit.

Modrá

Psychologové zjistili, že modrá je barvou klidu, uspokojení, souladu. Barva intelektu, míru a rozjímání. Je symbolem vody a chladu, ale také oblohy, nekonečnosti a prázdnoty. Pro křesťany je modrá barvou Panny Marie, jež je vždy spodobňována v modrých šatech. Staří Řekové a Římané připisovali modrou barvu Venuši, bohyni lásky. Tmavě modrá může působit klidně, vážně až sklíčeně. Barva dálek, hloubky, rozjímání a smutku, ale také míru a spokojenosti.

Fialová

Ve fialové barvě se střetávají dva opačné póly. Jsou zde sjednoceny materiální a duchovní symboly. Fialová barva je směsí červené vitality a modrého klidu. Výsledkem je smíření a rovnováha protikladů, která ve svém důsledku vede k pokání, odřeknutí se požitků. V církevní symbolice je barvou vysokých hodnostářů, kteří takto demonstrují své duchovní kvality. Melancholická, osobitá, náročná, značí zastřené vzrušení, skryté tajemství vyvolávající znepokojení, zdrženlivou střízlivost, pokoru, skromnost.

Růžová

Symbolizuje volnost a zároveň energii – jako něžnou aktivitu. Je symbolem lásky, náklonnosti a oddanosti v srdeční úrovni, bez pudové smyslnosti. Je to barva něhy,

jemnosti a oddanosti. Barva jemného způsobu života, zdrženlivé elegance, slavnostních nálad a sentimentálních citů. Může však narušovat vztah k realitě a vědomé odvrácení se od vážných věcí života. V Číně je barvou nadcházejícího úspěchu.

Hnědá

Je střízlivá, mlčenlivá, solidní a vážná, realistická, spojená s představou jistoty a pořádku, domova, tradice, zdrženlivosti. Hnědá je barva podzimu, země a bývá spojována s pocity bezpečí, jistoty a dopřává nám ochranu a klid. Stres a neklid z nás spadnou a konečně se můžeme cítit jistě. Světle hnědé tóny jsou většinou barvy dřeva. Tmavé tóny mohou vyvolávat negativní myšlenky a blokovat pozitivní pocity.

Černá

Černá je barvou tmy, symbolem smutku, zániku a smrti. Černé šaty, černé vlajky, černé lodní plachty znamenají vždy něčí smrt. Jestliže bílá znamená v některých kulturách konec spojený se začátkem něčeho nového, symbolizuje zde černá pouhý zánik, pád do nicoty, ze které není návratu. Obecně je to barva neštěstí, smutku, temného tajemství, tabu a magie, ale i zla. Ve středověku ovšem platila černá i za barvu pokory, skromnosti a elegance. I černá má totiž svou dobrou tvář. Ve východních zemích je zase barvou plodnosti. Vytváří vysoký kontrast, stejně tak jako bílá, ale s opačným emocionálním zabarvením.

Šedá

Netečná, smutná, spojená s představou chudoby a pokory, neutralitou, hranicí mezi prostory. Tuto barvu můžeme označit z pohledu duchovního růstu jako barvu stagnace. Je barvou neutrality, opatrnosti, kompromisu, fádnosti, nechuti k aktivitám. Šedá barva má mnoho odstínů. Čím je světlejší tím více vyjadřuje snahu něco učinit a může signalizovat nástup aktivity. Je někdy znamením probuzení se z činnosti a apatie.

Bílá

Je koncovým bodem světlosti. Je výrazem čistoty, představuje absolutní svobodu pro všechny možnosti, nové začátky. Znamená osvobození od všeho, co se jeví jako překážka. Je barvou míru, chladu a čistoty. Bílá barva symbolizuje nový začátek. Bílá jako neposkvrněná barva vyznačuje pravdu. Současně je spojena i se stárnutím a s následující smrtí. V Orientu je barvou truchlení. Pro Tibetany je bílá barvou hory Meru, která má být ve středu světa a symbolizovat přístup k poznání. V Orientu je barvou truchlení.

[13]

4 Inspirace

Inspirací, pro vytvoření kolekce kabelek, mi byly poskytnuté informace o trendech galanterních doplňků z veletrhu LE CUIR A PARIS pro jaro – léto 2010. Na základě těchto informací jsem vytvořila tzv. inspirační koláže, které odrážejí barevné škály odstínů vhodné pro následující sezónu.

Jaro-léto 2010 – IDEA

Nová letní dekáda a nové rytmické jevy poukazují na zvýšený zájem o barvu a texturu. Po dlouhé periodě přesných linií dychtíme po větší abstrakci. Naše touha po nových tvarech je silná a vytváří se napětí s pozitivními vibracemi i kontrasty světla a stínů.

Barvy pro tuto módní sezónu jsou inspirovány převážně přírodou. Jsou to pastelové barvy, které se táhnou až k plným šedavým tónům, od jemné růžové až po zářící červen, přes zemitou a rezavou hněd k přírodním odstínům bílé a blankytně modré, v kombinaci s moderním, metalickým a stříbřitým leskem.

Vzory, struktury a barvy přežívají ve vzájemné symbióze se světem zítřka. Dominují tu malé a jemné, ručně opracované, vzory a struktury. V této souvislosti postupně opadáva trend velkých vzorů krokodýlí kůže, které jsou nahrazeny více jemnými vzory kůží nejrůznějších plazů.

Nadcházející sezóna bude ve znamení čtyř hlavních směrů, *ZEN – hojnost*, *Bitter Tenderness - Trpká něžnost*, *Slow Precipitation – Mírné ukvapení* a *Sober energy – Klidná energie*.

4.1 ZEN – hojnost

Svět vegetace je často neprůhledný a temný. Dovoluje zapomenout, kam patříme a umožňuje nám vniknout do přírodního prostředí a splynout s ním. Příroda je jako zavařovací sklenice, musíme ji chránit v uzavřených zónách nebo ještě lépe, sevřít a se strachem ji uchovat pro potěšení i nutnost - pro všechno živé na planetě.

Barevné řady

Barvy květin, upravené počítačem do nově vytvořených imaginací. Exotické a jasné. Opálené sluncem, bezedné tmavé tóny a tóny koření. Tepané a drzé zlaté, zelené agáve, onyxová černá, kultovní zlatá, granátová červená, rajská oranžová, červená jiřiny, oříšková hnědá.

4.2 Bitter Tenderness - Trpká něžnost

Zkouška k uchopení jepičího života a prostý příběh, ve kterém se barvy a textury prolínají, blednou a předvádějí svou složitost ve dvou a tříbarevných kompozicích. Doplnkový kontrast se objevuje mezi grafickou světlostí a výraznými projevy uměleckého řemesla.

Barevné řady

Intimní směsi pastelů s nitky jedovatých akcentů. Zamlžené pastely, vodní tříšť, citrónová šťáva postříkaná mlékem, čajová růže, citrónová žlutá, bodavá kopřivová zelená, fialová ovadlé vistárie, jedovatá růžová, šedohnědá hladkých kamenů, vybilená fialová.

4.3 Slow Precipitation - Mírné ukvapení

Překotnost není pouhým synonymem rychlosti, je to umírněnost nebo také předchůdce koncentrace.

Rychlý - pomalý rytmus má pauzy, ve kterých se získávají měkké přechody světla a stínu, kdy objektiv zůstává ve zmraženém stavu. Žena soudobého městského stylu je symbolem skupiny, která je očekávána pro novou sezónu. Nádherná, čistá a

nahodilá elegance pro nadčasový styl. Materiály a barvy nás obklopují kombinacemi závanu svěží moderny. Být sama sebou. Být přímá. Být přirozená – být volná.

Barevné řady

Zušlechtěné tóny s efekty světla a stínů. Stíny vytvářející v industriální zóně lomené barvy a potlumená tóny. Doplněny jsou barvami zastřeného jasu. Track – temně zelenošedá, stroj - asfaltově šedá, sazová. Přebarvené nebo nedokonalé bílé tóny mléka, slonové kosti, světle šedé, pleťové, jemné oranžové, fialkové a čistě bílé.

4.4 Sober Energy - Klidná energie

Móda a design jsou prameny kontrolované energie. Bezděčné kroužení kružítko brousí ramena do čistě matematické linie. Nové technologie a domestikované kalkulace. Rovnováha kreace s výzkumem píšou novou moderní poemu.

Barevné řady

Klid obnovených základních barev. Pokus o dvojitou shodu, elegance barev tradičních sportů, síla identifikace. Koncentrovaná zelená, oranžová kočičích očí, zelená golfových polí, bílá, modrá plaveckých bazénů, námořnická modrá, fialová, požární červená, žlutá, purpurová, béžová.

5 Praktická část

V praktické části mé bakalářské práce bylo mým úkolem vytvořit grafické návrhy kolekce kabelek. Na základě poznatků, uvedených v předešlé kapitole, bylo ze všeho nejdříve mým cílem vytvořit tzv. inspirační koláže, které by odrážely barevné škály, jež budou aktuální pro nadcházející sezónu, a zároveň by mi byly inspirací pro vytvoření návrhů kabelek. Všechny tyto grafické práce byly vytvořeny pomocí bitmapového grafického programu Adobe Photoshop CS2.

5.1 Inspirační koláže

Při zpracovávání těchto koláží, jsem si nejdříve musela ujasnit, jak bych chtěla, aby byly koncepčně pojaty. Ze všeho nejnáročnější bylo asi najít fotografie, které by odpovídaly jak svou barevností, tak i myšlenkou, ale také aby zapadaly do celkového kontextu. Snažila jsem se zkoušet různé varianty kompozic, jak s fotografiemi, tak i s výslednými barevnicemi. Mým cílem bylo dosáhnout čistého a přehledného vzhledu jednotlivých prací. Pracovala jsem zde s formátem obrazu A3, který se mi zdál svou velikostí pro následující tisk nejideálnější. Postup byl u všech koláží více či méně stejný. Šlo zde především spojení faktů, získaných s předešlé kapitoly, a vizuální percepcí. Výsledkem jsou čtyři inspirační koláže.

5.2 Tvarování a realizace kolekcí

Po vytvoření a dokončení inspirační části, bylo potřeba si uvědomit, k jakému směru budu své návrhy realizovat. Promýšlela jsem všechny varianty a možnosti. Uvažovala jsem nad možnostmi z hlediska barev, tak i nad informacemi, uvedenými v textu. V potaz jsem brala i svůj osobní pocit, jako například, ke kterému zaměření mám já osobně nejblíže. Nakonec jsem se rozhodla pro směry *Slow Precipitation – Mírné*

ukvapení a Sober Energy – Klidná energie. Tento výběr byl ovlivněn i tím faktem, že se mi líbil kontrast mezi těmito žánry.

Slow Precipitation mě zaujalo svou barevnou škálou, v podobě neutrálních odstínů, které pro mě přesně představují styl velkoměsta a jejich nadčasovost spojenou i s jednoduchými liniemi tvarů. Barevná škála *Sober energy* je úplný opakem. Jsou to pestré a syté barvy, které dodávají neutrálním odstínům potřebný kontrast.

5.2.1 Tvarování kolekcí

Při vytváření kolekcí jsem měla určitou představu, jak by měla každá z nich vypadat. Stanovila jsem si zde určité prvky a priority, kterých jsem se po celou dobu snažila držet. I když samozřejmě v průběhu navrhování jsem musela dělat jisté kompromisy a úpravy. Hrála jsem si postupně s tvary a barvami, až jsem vždy docílila požadovaného a konečného vzhledu. Během zpracovávání jsem často nalezla nová řešení, která by mě předtím nenapadla, a která jsem poté více či méně použila. Brala jsem zde v potaz hlavně texturu, kterou jsem v návrzích převedla do podoby různých záhybů, sámků, či vrstvení a překrývání materiálů. Každou kolekci tvoří tři kabelky, které mají vždy jeden nebo více společných prvků.

V případě *Slow Precipitation* je zde snaha o dodržení jednoduchých linií, které by působily nadčasově a byly vhodné pro každou příležitost. Společným prvkem je zde kombinace barev materiálů a netradiční zapínání, které je použito u všech kabelek trochu jiným způsobem, ale vždy tak, aby bylo patrné, že pocházejí ze stejné řady. Výběr barev závisel jen na mém osobním vkusu a na možnosti jejich kombinací, aby spolu vzájemně korespondovaly. U této řady jsem zvolila čtyři barevné variace, které se mezi sebou dají kombinovat. Řadu *Sober energy* jsem pojala jako vyloženě designový doplněk, který je výrazný jak svými dynamickými barvami, jako je výrazná růžová, zelená a nedokonalá bílá, tak i svými prvky. Jsou zde použity sámkové záhyby a vrstvení materiálů. U obou kolekcí jsem také kladla důraz na praktičnost. Samozřejmostí jsou větší velikosti a také snadná údržba, jelikož záměrem by byla výroba z měkké kůže.

Chvílemi jsem měla problém zobrazit kabelky přesně tak, jak bych si představovala, z hlediska prostorového zobrazení. Proto mi jako předlohy sloužily různé technické nákresy kabelek a tašek, například z časopisu Burda. Tyto nákresy mi pomohly v tom, abych se naučila zobrazit návrhy kabelek tak, aby vypadaly opravdu plasticky a nebyly zobrazeny jen plošně, ale spíše prostorově. Z počátku jsem s těmito problémy dost bojovala, ale během realizace jsem se snažila postupně zdokonalovat. Kabelky jsou zobrazeny tak, aby působily jako navržené pomocí počítačové techniky, ale zároveň aby tu byl zde patrný výraz návrhu od ruky.

5.2.2 Popis kabelek

SLOW PRECIPITATION

New City Bag – One

Tato taška je typickým příkladem ideální městské kabely, do které se pohodlně vejde formát A4. Díky tomu, že je její tvar připomíná tvar pytle, je velmi prostorná a nepůsobí příliš robustně. Zapínání je zde vyřešeno kombinací různě proporčních dílů, které se překlápějí ze zadního dílu na přední stranu kabely. Pod tímto dílem je magnetický patent, na který se hlavní kapsa uzavírá. Jako akcent jsou zde použity kovové doplňky, v podobě cvočků, a zlatého kroužku. Díky dlouhému popruhu se tato kabelka nosí přes rameno. Jako materiál je zde použita měkká kůže s jemným plastickým desénem, ve dvou barevných odstínech.

Navrhované rozměry: 35 cm x 30 cm x 10 cm.

New City Bag – Two

Taška ve tvaru kvádru, která je vhodná jak do práce, do města, tak například do posilovny. Díky větším proporcím je velmi prostorná. Hlavní kapsa je zde umístěna na hřbetu kabelky a je uzavíratelná na dvousměrný kovový zip, který má přívěsek ve tvaru kroužku. Kapsa, která je včleněná do předního dílu je uzavíratelná na patku, která má zespoda umístěný magnetický kovový patent. Jako ozdoba je zde opět použit kovový

kroužek. Tato kabelka má dvě ucha, která se dají držet v ruce. Kabelku můžeme pohodlně nosit i zavěšenou na rameni. Je vyrobena z měkké kůže, která má jemný plastický desén, ve dvou barevných odstínech.

Navrhované rozměry: 34 cm x 24 cm x 14 cm.

New City Bag – Two

Kabelka číslo tři je večerní verzí městské řady. Je to vlastně zmenšená verze kabelky číslo jedna. Je vyrobena ze stejného druhu materiálu jako předešlé dvě kabelky. Pro pohodlné nošení má kabelka jedno postranní ucho, díky němuž se dá zavěsit na zápěstí.

Navrhované rozměry: 25 cm x 15 cm x 5 cm.

SOBER ENERGY

New Design Line Bag – One

Tato kabelka, z řady Sober Energy, zaujme na první pohled svou vysoce dominantní barvou. Její maximalistický tvar připomíná tvar vaku. Na předním i na zadním díle je plastičnosti a dojmu textury dosaženo širokými záhyby a jedním centrálním protizáhybem. Kabelka má jen jedno ucho, které spojuje přední i zadní díl. Můžeme kabelku nosit jak zavěšenou na rameni, v ruce, tak i ležérně na lokti. Opět je zde dodrženo pravidlo jednoduchosti. Kovové doplňky dodají kabelce potřebný šmrnc. Kabelka se zapíná na magnetický kovový patent, který je upevněn jen z vnitřních stran, proto není na první pohled vidět. I zde je jako materiál použita měkká matná kůže, ale už ne s tak plastickým desénem.

Navrhované rozměry: 40 cm x 35 cm x 15 cm.

New Design Line Bag – Two

Tato kabelka je velice atypická. Dalo by se říci, že je to takové větší psaníčko. Má tvar obdélníku. Přední díl je tvořen dvěma díly, které jsou středem sešity k sobě. Je zde použito prvku plastických záhybů. Část zadního dílu se překlápí do předního a vyváří jakousi patku. Na té je vytvořena menší kapsa se zapínáním na zip, který je také jedinou

kovovou ozdobou kabelky. Pod odklopení je nám k dispozici kapsa hlavní, která se opět uzavírá na magnetický kovový patent. Kabelka nemá žádné ucho. Jejím smyslem je držet ji v ruce nebo elegantně v podpaží. Materiál je použit stejný, jako u předešlé kabelky.

Navrhované rozměry: 25 cm x 22 cm x 6 cm.

New Design Line Bag – Three

Tvar poslední kabelky je lehce asymetrický. Její hlavní ozdobou je i asymetrické zavírání, které je tvořeno z několika barevně se odlišujících se dílů. Opět se tato část překlápí ze zadního dílu. Není zde použit žádný kovový doplněk, protože kabelka je už tak sama o sobě, dost výrazná.

Navrhované rozměry: 25 cm x 15 cm x 8 cm.

5.3 Propagace

Úkolem bylo vymyslet propagační materiál, který by odrážel výslednou práci na praktické části a zároveň ji představil veřejnosti. Po uvážení, jsem se rozhodla vytvořit menší propagační prospekt. Spojila jsem zde dvě inspirační koláže, jejich kolekce, a vytvořila tak skládaný prospekt, který má velmi jednoduchý a přitom účelný design. Na vnější strany byly použity výřezy z již zmiňovaných koláží – Slow Precipitation a Sober energy, které jsem doplnila jednoduchým textem. Do vnitřních stran byly použity nejdříve výřezy z jednotlivých kabelek, a ty pak doplněny o zmenšené náhledy na kabelky celé. Opět jsem jim dodala stručný a výstižný text. Složený leták má rozměry 130 mm x 130 mm.

6 Závěr

Tato bakalářská práce je spojením části teoretické a části praktické. Zatímco teoretická část nás seznamuje s vývojem a rozdělením kabelek, praktická část se zabývá realizací virtuálních návrhů dámských kabelek v závislosti na módních trendech.

Praktická část byla především spojena s prací s grafickými programy. V tomto směru jsem se snažila vytvořit podoby kabelek tak, aby působily jako vytvořené v počítači, ale zároveň, aby si ponechaly lehce nepravidelné tvary, tak jako by byly nakresleny v ruce. Ze začátku jsem měla trochu problém ujasnit si, jakým postupem budu návrhy vytvářet. Během zpracovávání jsem často měnila tvary a detaily, které se mi nezdály dost vhodné a nahrazovala jsem je jinými a vhodnějšími. Důležitá pro mě byla podoba a tvar kabelek. Snažila jsem se držet jednoduchých tvarů a linií už proto, že sama upřednostňuji spíše čistou formu.

Koláže a návrhy byly vytvořeny na formát papíru A3, na které byly i následně vytištěny. Menší problém nastal ve chvíli, kdy se tištěná verze barev příliš neshodovala s verzí počítačovou. Koláže i návrhy měly nádech do zelena. Po několika úpravách se docílilo lepšího vzhledu. Stále ale barvy na mém monitoru nejsou plně shodné s barvami vytištěnými v tiskárně, což je dáno jinou kalibrací monitoru.

Celkově jsem s rozsahem své práce spokojena. Samozřejmě, že se nedá práce srovnávat s prací profesionálního grafika, který má za sebou léta praxe. Realizace proto nebyla úplně snadná, místy byla velmi časově náročná. Je potřeba se dál tomuto oboru věnovat, aby člověk dosáhl požadovaných a potřebných zkušeností.

Seznam použité literatury

Tištěné zdroje:

- [1] FELICETTI, Cinzia. *Ryzí styl!: Od malých černých po bílou košili, deset stálic dámského šatníku*. Z italského originálu přeložila Lenka Čáslavská. Vyd. 1. Praha: Mladá fronta, a.s., 2007. 199 s. ISBN 978-80-204-1514-1.
- [2] GIDEL, Henry. *Coco Chanel*. Z francouzského originálu přeložila Vlasta Misařová. Vyd. 1. Praha: Garamond, s.r.o., 2008. 308 s. ISBN 978-80-7407-022-8.
- [3] KYBALOVÁ, Ludmila. *Dějiny odívání: Starověk*, Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, s.r.o., 1998. 220 s. ISBN 80-7106-145-X.
- [4] MÁCHALOVÁ, Jana. *Dějiny odívání: Móda 20. století*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Lidové noviny s.r.o., 2003. 229 s. ISBN 80-7106-587-0.
- [5] PAVLIČOVÁ, Šárka, VANČUROVÁ, Eva. *Doplňkománie aneb Co a jak s módními doplňky*. Vyd. 1. Praha: Albatros nakladatelství, a.s., 2004. 175 s. ISBN 80-00-01417-3.
- [6] PEDERSEN, Stephanie. *Handbags: What Every Woman Should Know*. 1st ed. United Kingdom: David & Charles Books by F+W Publications, 2006. 128 s. ISBN-13: 978-0-7153-295-0.
- [7] PIRAS, Claudia, ROETZEL, Bernhard. *Opravdová dáma*. Z anglického originálu přeložila Blanka Brabcová. Vyd. 1. Praha: Slovart, s.r.o., 2003. 285 s. ISBN 80-7209-491-2.
- [8] ROETZEL, Bernhard. *Opravdový gentleman: tradice, noblesa, styl*. Z německého originálu přeložili Petr Hejný, Ivana Školníková. Vyd. 1. Praha: Slovart, s.r.o., 2001. 357 s. ISBN 80-7209-228-6.

Periodika:

- [9] KOLLMANNOVÁ, Denisa. Kdo vymyslel kabelku? *Cosmopolitan*. 01/2009, s. 112.

Elektronické zdroje:

- [10] BARTOŠOVÁ, Lucie. *Kabelka, která Vás nenechá v nouzi*. [online]. 2007-04-11. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na http://www.moda.cz/Kategorie/Doplňky_a_sperky/20070410_Kabelka_Ktera_Vas_Nenecha_V_Nouzi.html
- [11] Elle.cz. *Pocta Rebelovi*. [online]. 2009-01-28. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na <http://www.elle.cz/Moda/Tema/Pocta-rebelovi>
- [12] Elle.cz. *Kabelka na celý život*. [online]. 2004-12-15. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na <http://www.elle.cz/Moda/Tema/Kabelka-na-cely-zivot>
- [13] FRÁŇOVÁ, Veronika. *Psychologie Barev*. [online]. 2009-02-04. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na <http://www.onlio.com/clanky/psychologie-barev-1.html>
- [14] KUBÁLKOVÁ, Petra. *I brýle mají svou historii*. [online]. 2008-09-30. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na <http://www.fiftyfifty.cz/I-bryle-maji-svou-historii-4093471.php>
- [15] LeSportsac.com. *About LeSportsac*. [online]. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na <http://www.lesportsac.com/external/story.html>
- [16] Novinky.cz. *Velkým kabelkám odzvonilo, do módy přichází objem*. [online]. 2008-10-13. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na <http://www.novinky.cz/zena/styl/151639-malym-kabelkam-odzvonilo-do-mody-prichazi-objem.html>
- [17] PEAN, Berta. *Na co si kupovat drahou značkovou kabelku, když si ji můžete půjčit?*. [online]. 2008-12-02. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na http://www.moda.cz/Kategorie/Doplňky_a_sperky/20081201_Na_Co_Si_Kupovat_Drahou_Znackovou_Kabelku_Kdyz_Si_Ji_Muzete_Pujcit.html
- [18] Vasekabelky.cz. *Kabelky Oilily*. [online]. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na <http://www.vasekabelky.cz/kabelky-oilily/>

Zdroje použitých obrázků

- [19] V; Rope, fibre, baskets, bags. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.ancientegyptonline.co.uk/V-rope2.html>
- [20] Cottesimple.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://www.cottesimple.com/alms_purse/byz_1011c_purse_medium.jpg
- [21] Aurorahistoryboutique.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.aurorahistoryboutique.com/blog/1340-loverspurse.png>
- [22] Rubell.files.wordpress.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://rubell.files.wordpress.com/2009/03/cc-english-purse-16th.jpg>
- [23] Dargate.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://www.dargate.com/249_auction/249_images/2629.jpg
- [24] Morninggloryantiques.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.morninggloryantiques.com/imagesLZ/lorgnette/chat25979.jpg>
- [25] Quite-contrary.org. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://www.quite-contrary.org/images/ext_clothing/1284.jpg
- [26] Morninggloryantiques.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.morninggloryantiques.com/imagesLZ/purses/purse32279.jpg>
- [27] Georgianindex.net. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.georgianindex.net/Reticule/pelisseret.jpg>
- [28] Antiquepeek.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.antiquepeek.com/>
- [29] Farm4.static.flickr.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://farm4.static.flickr.com/3195/3362086807_0301de7d27.jpg?v=0
- [30] Pan1.etsy.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://pan1.etsy.com/il_fullxfull.30400609.jpg
- [31] Freevintagecrochet.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.freevintagecrochet.com/images/dr10-12.jpg>
- [32] Studentskemestecko.cz. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://www.studentskemestecko.cz/image/obr/power_purse.jpg
- [33] Invoguecafe.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://invoguecafe.com/wpcontent/uploads/2009/02/graffitispeedyfuchsia.jpg>

- [34] Bagbg.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.bagbg.com/>
- [35] Cnreplicas.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://www.cnreplicas.com/bags-4/louis-vuitton_548.jpg
- [36] Independent.co.uk. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://www.independent.co.uk/multimedia/archive/00003/suit200606_3053t.jpg
- [37] Verycool.it. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.verycool.it/wp-content/uploads/2006/11/Kelly-Hermes.jpg>
- [38] Jetsetsocialite.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://jetsetsocialite.com/wp-content/uploads/2008/10/chocolate-hermes-birkin.jpg>
- [39] Polyvore.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.polyvore.com/cgi/img-thing.out=jpg&size=1&tid=850306>
- [40] Webhandbags.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://www.webhandbags.co.uk/wp-content/uploads/2008/07/bamboo-handle.jpg>
- [41] 3.bp.blogspot.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://3.bp.blogspot.com/_li5wPxltMR0/RknWtfCeBDI/AAAAAAAAABLw/AkLRaTgEmzo/s400/bagborroworsteal.com.jpg
- [42] i2.cdn.turner.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na http://i2.cdn.turner.com/money/galleries/2008/fortune/0808/gallery.prada_hits.fortuneeimagesbackpack.jpg
- [43] frillr.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://frillr.com/files/images/Fendi%20Baguette.jpg>
- [44] images.yoka.com. [online]. [cit. 2009/05/26]. Dostupné na <http://images.yoka.com/pic/fashion/windows/2008/U15P1T1D52683F9DT20080402111803.jpg>

Přílohy

- Inspirační koláž ZEN – Hojnost
- Inspirační koláž Bitter Tenderness – Trpká něžnost
- Inspirační koláž Slow Precipitation – Mírné ukvapení
- Inspirační koláž Sober Energy – Klidná energie

- Kolekce kabelek Slow Precipitation – Mírné ukvapení
- Kolekce kabelek Sober Energy – Klidná energie

- Propagační materiál

z e n



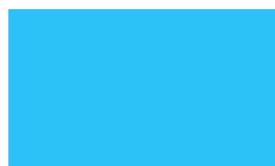
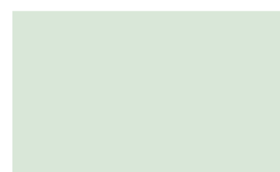
exotické barvy opálené sluncem.
svět vegetace. příroda a její součásti.
splnutí s přírodními jevy.



b i t t e r t e n d e r n e s s



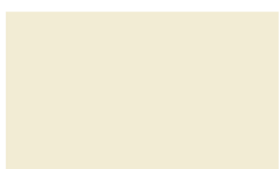
prostý příběh. prolínání barev a textur.
intimní směsi pastelů. bodající nitky akcentů.
tříbarevné grafické kompozice.



s l o w precipitation



rychlý - pomalý rytmus má pauzy. přechody světla a stínů.
objektiv zůstává ve zmraženém stavu. nadčasový styl.
závan svěží moderny. žena městského stylu.



s o b e r energy

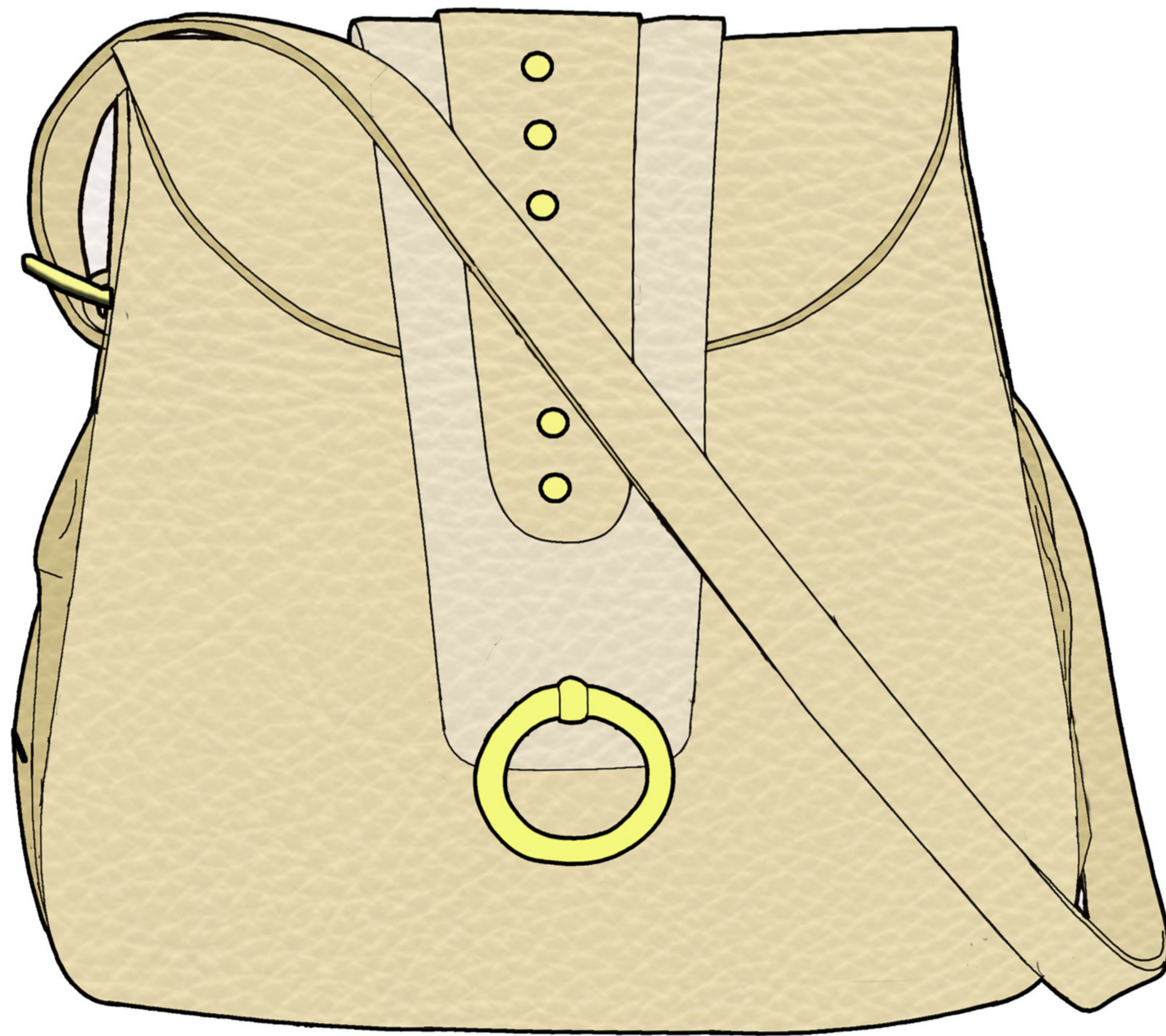


móda a design jsou prameny energie.
kroužením kružítko vznikají čisté matematické linie.
nová moderní poema.



s l o w precipitation

new city bag - one



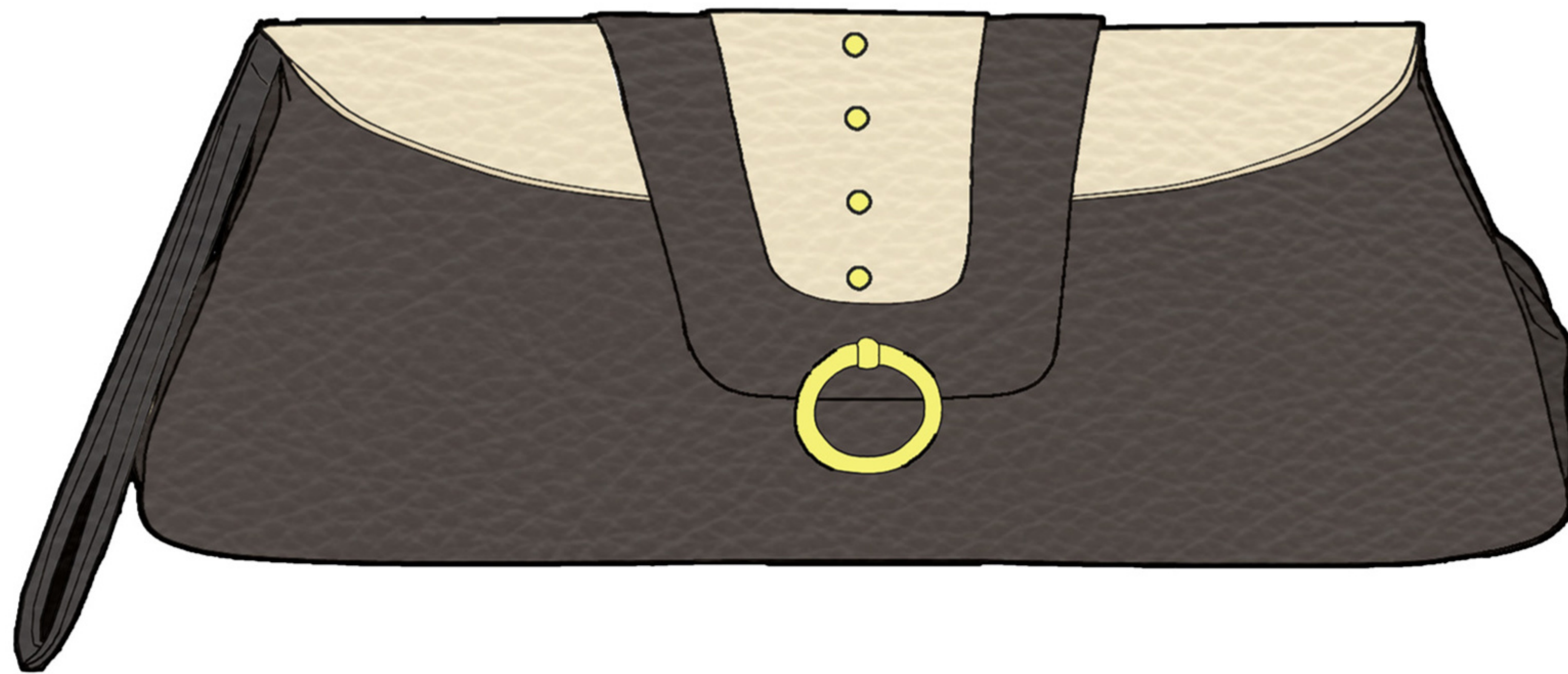
s l o w precipitation

new city bag - two



s l o w precipitation

new city bag - three



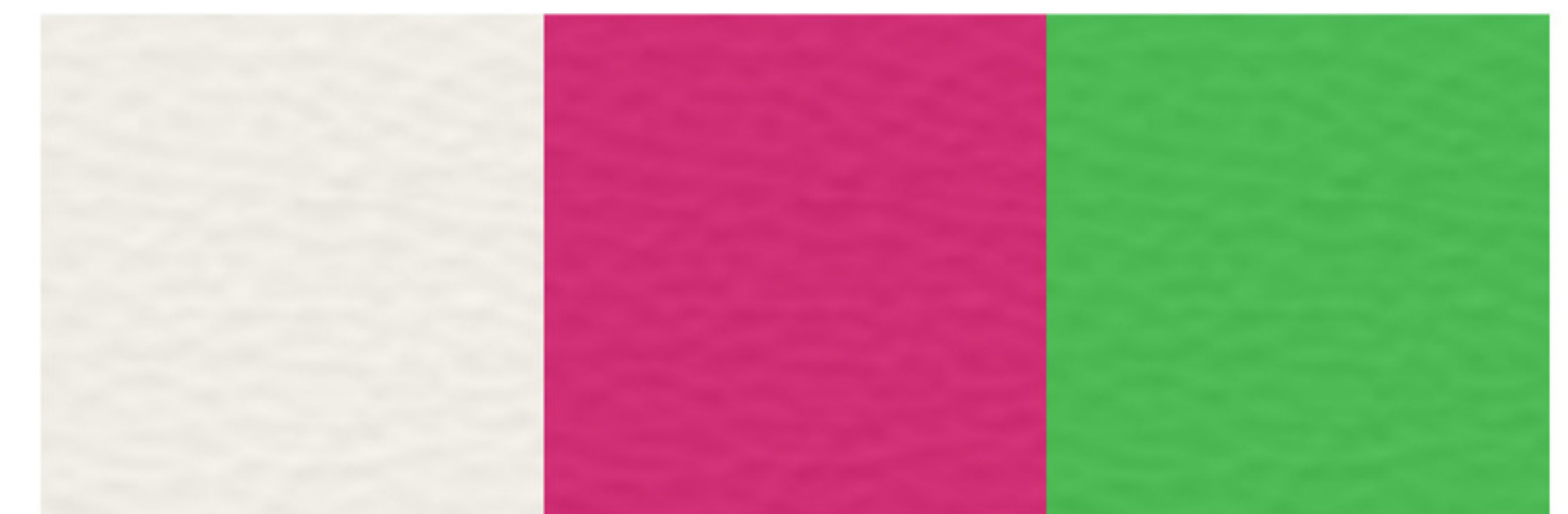
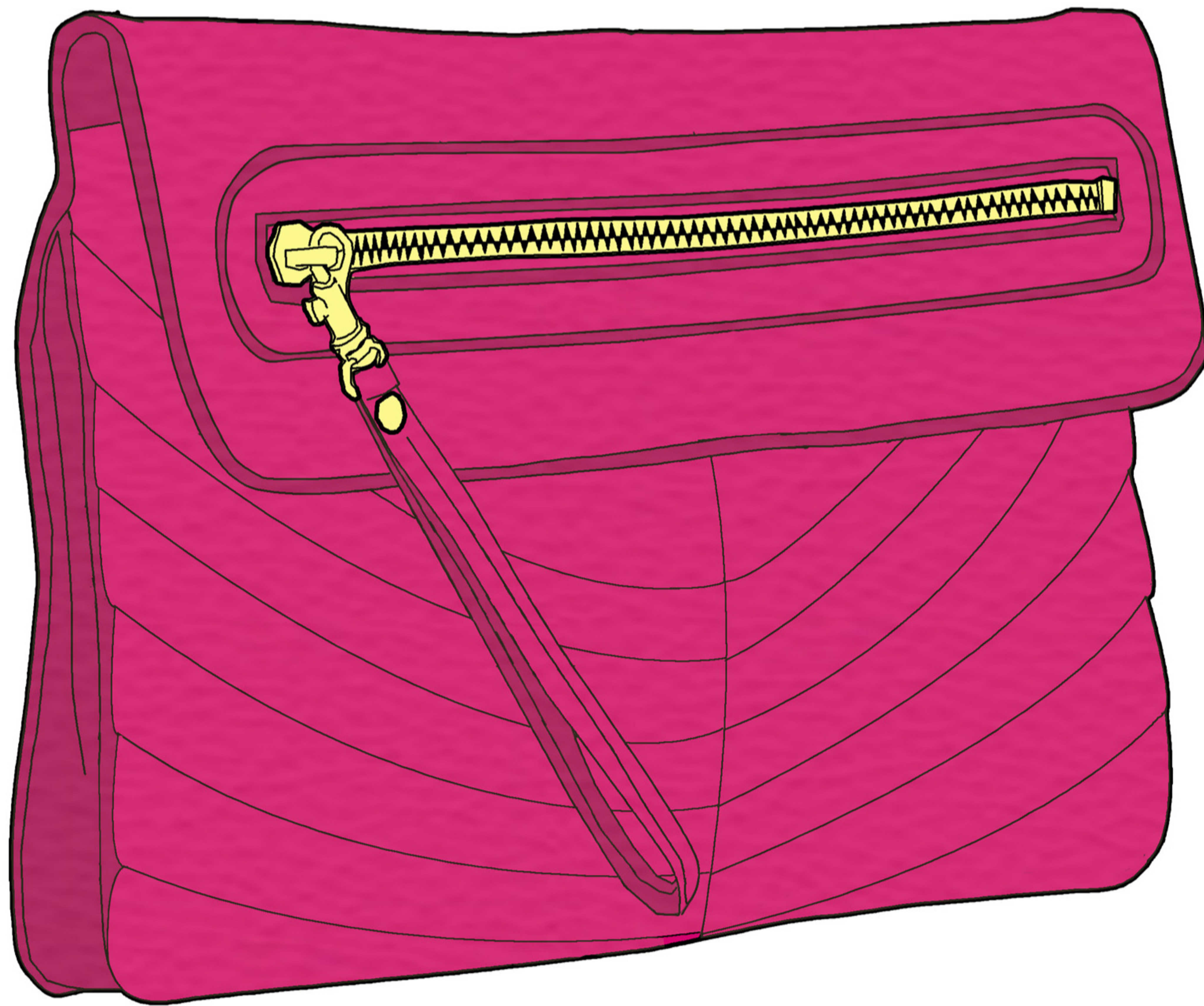
s o b e r energy

new design line bag - one



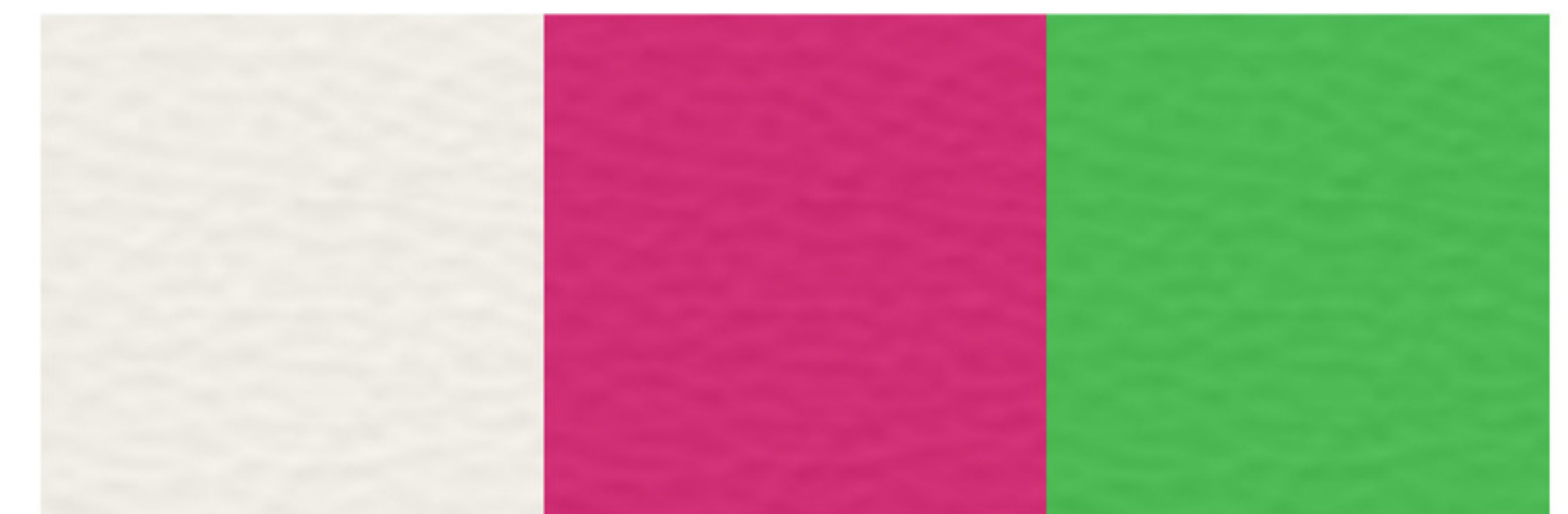
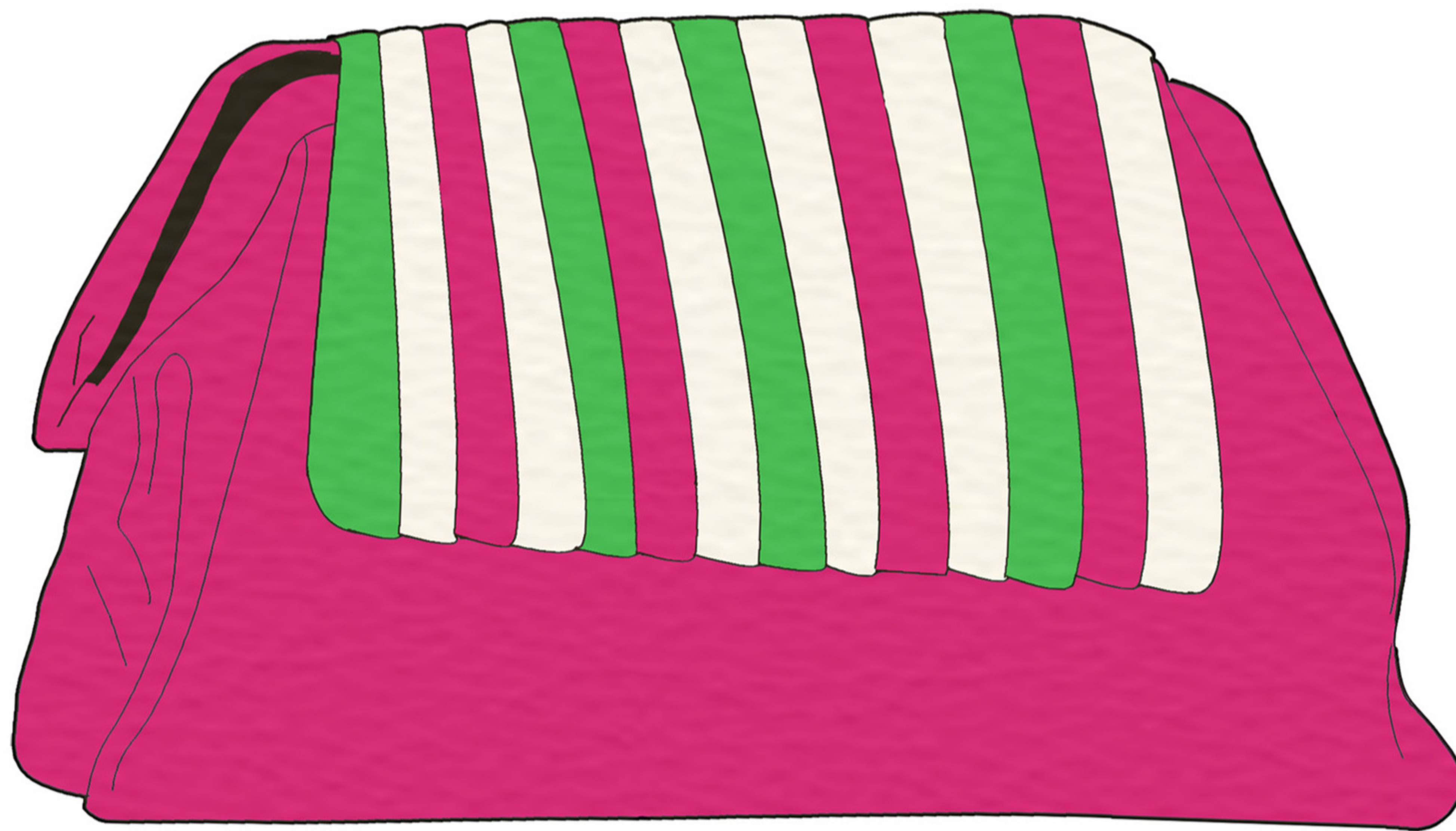
s o b e r energy

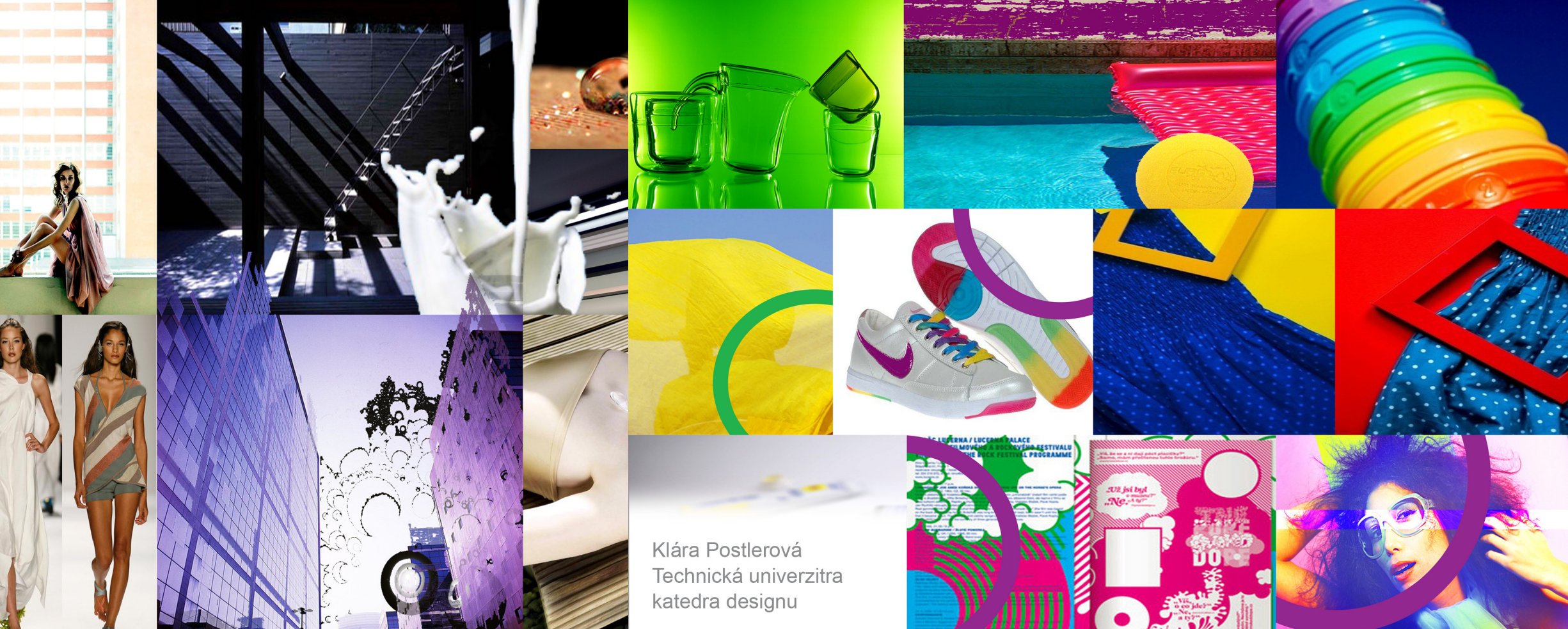
new design line bag - two



s o b e r energy

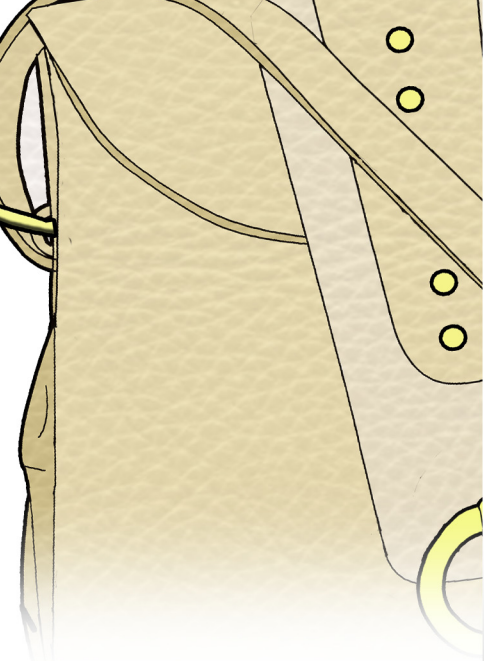
new design line bag - three



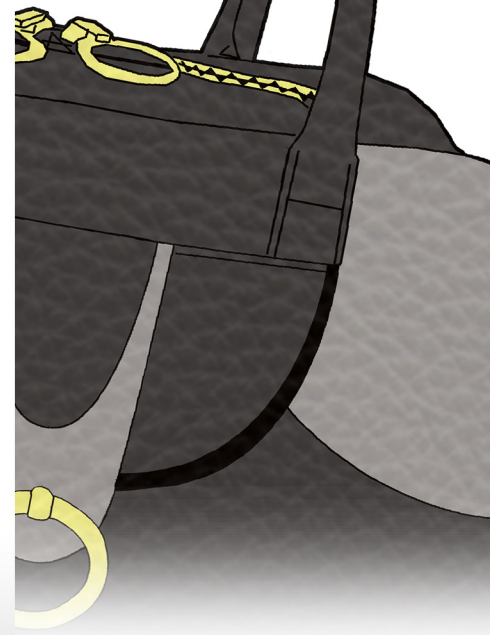


Klára Postlerová
Technická univerzita
katedra designu

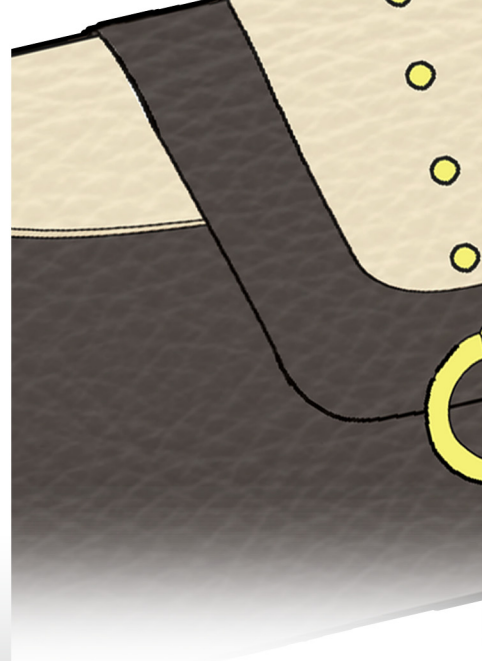
s l o w p r e c i p i t a t i o n
s o b e r e n e r g y



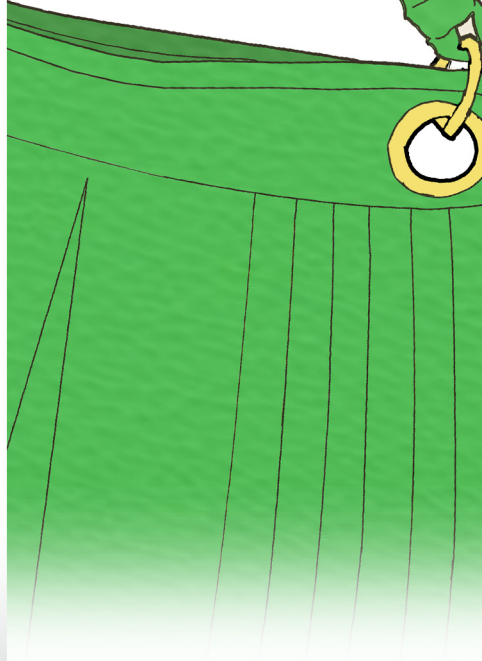
slow precipitation
new city bag - one



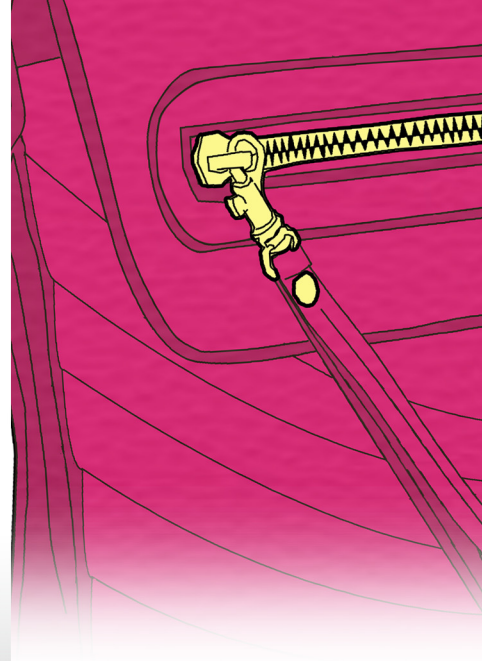
slow precipitation
new city bag - two



slow precipitation
new city bag - three



sober energy
new design line bag - one



sober energy
new design line bag - two



sober energy
new design line bag - three

